

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

Культура общения и её формирование

Вып.8

Научное издание



**Воронеж
2001**

Восьмой выпуск межвузовского научного сборника "Культура общения и её формирование" включает материалы, отражающие доклады и сообщения, сделанные на очередной ежегодной региональной научно-методической конференции "Культура общения и её формирование" (Воронеж, 16-17 апреля 2001 г.) и результаты разработок в области речевого воздействия, риторики, культуры общения, культуры русской речи, проведенных членами Воронежской риторической ассоциации и Воронежской психолингвистической ассоциации в течение 2000 г.

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

Компьютерная верстка - И.А.Стернин

Основная проблематика сборника

Культура общения в регионе

Культура устной и письменной речи

Теоретические проблемы общения и речевого воздействия

Профессиональное общение

Возрастные и гендерные особенности общения

Национальные особенности общения

Русский язык сегодня

Язык СМИ и рекламы

Русский язык глазами школьников

Проблемы общения в художественной литературе

Мастерская педагога

©Коллектив авторов, 2001 г.

Культура общения в регионе

Е.И.Грищук, И.А.Стернин

Кафедра теории и практики коммуникации ВОИПКиПРО и речевая культура в регионе

В июле 2001 г. исполняется 10 лет кафедре теории и практики коммуникации Воронежского института повышения квалификации и переподготовки работников образования.

Образованная приказом Управления народным образованием Воронежской области № 1429 с 1 июля 1991 г. как кафедра общей филологии и речевого воздействия, кафедра впоследствии (1997) выделила из своего состава кафедру теории и методики филологического образования и получила свое современное название – кафедра теории и практики коммуникации.

Основные направления работы кафедры связаны с решением следующих задач:

1. Повышение культуры речи работников образования, культуры профессионального, делового и межличностного общения педагогических работников и руководителей образования города и области.

2. Научная разработка и методическое обеспечение аспекта “развитие речи” в преподавании русского языка.

3. Подготовка учителей по новому предмету “Культура общения”, методическое и организационное обеспечение преподавания этого предмета в области.

Кафедра в настоящее время является единственной в России специализированной кафедрой, осуществляющей теоретическую разработку проблем речевого воздействия и формирования речевой культуры личности, системное практическое обучение культуре общения и эффективному общению, подготовку учителей культуры общения и научно-методического обеспечения предмета «культура общения».

В области по инициативе кафедры введен региональный предмет “Культура общения” с 1 по 11 класс, разработана концепция предмета “Культура общения”, программа, планирование, организационно-методические основы и методика преподавания. Подготовлен и выпущен УМК “Культура общения” (1-11 классы) для учителей.

Разработана также программа, планирование и выпущено учебное пособие по культуре общения “Азбука вежливости” для ДОУ, а также программа и учебное пособие “Первые шаги” для подготовки к школе детей, не посещавших ДОУ.

Разработана концепция повышения уровня культуры речи работников образования области, система тестирования уровня культуры речи учителей,

создан словарь - минимум “Культура речи учителя” и система упражнений для повышения культуры речи педагогических работников. Разработан и проводится спецкурс “Культура речи учителя” в рамках курсов повышения квалификации по всем предметам.

Разработаны аттестационные требования к педагогическим работникам по культуре речи, проводится аттестация всех категорий педагогических работников по культуре русской речи.

На базе кафедры создано воронежское отделение Всероссийского риторического общества.

Кафедрой подготовлено и переподготовлено более 1000 учителей культуры общения.

С 1994 г. кафедра ежегодно проводит региональный “Фестиваль риторики” для школьников, а также региональную научно-методическую конференцию “Культура общения и ее формирование” и каждый год выпускает сборник научных трудов по культуре общения.

Начиная с 1996 года, проводится аттестация учителей культуры общения. 57 учителей подтвердили заявленную категорию. В области уже есть четыре учителя высшей и более 30 учителей первой категории.

Кафедра осуществляет также работу по повышению культуры речи педагогов области. Проводятся занятия с педагогами по культуре речи в рамках курсов (спецкурс “Культура речи учителя”, курс обеспечен учебным пособием для самостоятельной работы “Культура речи учителя”. По результатам обучения слушатели сдают зачет по культуре речи.

Аттестационные процедуры также включают зачет по культуре речи.

Кроме того, для педагогов и руководителей образования в рамках курсовой подготовки кафедрой читаются спецкурсы: общение в коллективе, деловое общение, общение с подчиненными, ведение спора, общение в конфликтных ситуациях. Часто такие лекции сотрудники кафедры читают по заявкам педагогических коллективов.

Сотрудники кафедры в общей сложности опубликовали более 600 научных работ. Защитила кандидатскую диссертацию М.Е.Новичихина, подготовила кандидатскую диссертацию Н.В.Журавлева, работают над кандидатскими диссертациями Е.И.Гришук, Е.Ю.Лазаренко, Н.А.Мруць. Работа кафедры отражается в публикациях сотрудников и выступлениях на научных конференциях.

Ежегодно кафедра самостоятельно, без финансовой помощи института, издает научный сборник “Культура общения и ее формирование”, проводит региональную конференцию на эту тему и региональный фестиваль риторики.

По программе и учебным пособиям кафедры предмет «Культура общения» преподается в учебных заведениях целого ряда областей России - Екатеринбург, Ульяновск, Липецк, Тамбов, Оренбург, Салехард, Саратов, Благовещенск, Омск.

В 1997 г. второе место на областном конкурсе “Учитель года” заняла учитель культуры общения из Острогжска Н.В.Величина.

Пособия по культуре общения, подготовленные кафедрой, получили диплом областного конкурса учебных пособий (1994 г.), учебный комплекс по

культуре общения, подготовленный под руководством проф. И.А.Стернина, стал лауреатом областного конкурса (1996 г.), пособие проф. И.А.Стернина “Русский речевой этикет” стало победителем областного конкурса учебных пособий (1997-98г.г.).

Кафедрой теории и практики коммуникации ВОИПКиПРО подготовлены следующие учебные пособия и дидактические материалы по культуре общения:

1991

1. Общение без конфликтов. 8 с.
2. Правила общения в коммуникативных ситуациях . 29 с.
3. Общение в современном обществе. 22 с.

1992

4. Культура общения. Программа для 5-11 кл. 24 с.

1993

5. Коммуникативные ситуации. 150 с.
6. Практическая риторика. 140 с.
7. Культура общения. Программа для 5-11 кл. Изд.П, перераб. 47 с.
8. Культура речи и орфография. 36с.

1994

9. Культура общения и ее формирование. Материалы конференции. 87 с.
10. Коммуникативное поведение. Программа для старших классов. 6 с.
- 11 . Ведение спора. 86 с.
12. Основы культуры речи. Воронеж, 168 с.

1995

- 13 Культура общения и ее формирование. Материалы конференции. 113 с.
14. Культура речи учителя. Изд. П, перераб. 16 с.
15. Коммуникативное поведение. Программа. Изд.П, перераб. 8 с.
16. Деловое общение. 75 с.
17. Русский язык делового общения. 200 с.
18. Учитесь общаться. Сборник коммуникативных тестов. 214 с.
19. Методика преподавания культуры общения в школе. 77 с.
20. Выразительное чтение. 86 с.
21. Преподавание культуры общения в средней школе. 107с.
22. Культура общения. Программа. 5-11 кл. Изд.Ш, расшир. и перераб. 62 с.

1996

23. Культура общения и ее формирование. Материалы конференции. 133 с.
24. Язык и культура. Материалы конференции. 54 с.
25. Практическая риторика. Изд. П. 141 с.
26. Федеральная программа «Русский язык». 8 с.
27. Общение с мужчинами. 32 с.
28. Общение в семье. 8 с.
29. Общение без конфликтов. 12 с.
30. Русские поговорки об общении. 34 с.
31. Как быть с матом. 18 с.
32. Культура общения в начальной школе. Программа и планирование. 20 с.
33. Светское общение. 18 с.

34. Русский речевой этикет. 127 с.

1997

35. Культура общения и ее формирование. Материалы конференции. 123 с.

36. Американский этикет. 62 с.

37. Французские жесты. 8 с.

38. Как понравиться экзаменатору. 4 с.

39. Деловое общение. Вып. 1. Правила делового общения. 42 с.

40. Деловое общение. Вып.2. Деловая документация. 34 с.

41. Общение с женщинами. 35 с.

42. Общение и общество. 22 с.

43. Законы общения. 35 с.

44. Культура общения. Примерное планирование /1-11 кл./ . 17 с.

45. И.А.Стернин. Общественные процессы и развитие современного русского языка. 65 с.

46. Столовый этикет. 20с.

47. «Культура общения» в средней школе. 20 с.

48. Дебаты. Методическая разработка. 8с.

49. Культура общения. 5 класс. Вып. 1-2.

50. Основные требования к уроку культуры общения. 8с

1998

51. Культура общения для дошкольников. Программа и примерное планирование занятий. Воронеж. 15 с.

52. Фестивали риторики. Нормативные материалы и методические рекомендации. Воронеж. 12 с.

53. Аттестация учителей по культуре общения. Основные требования. Вопросы для аттестации. Литература для подготовки. Воронеж. 22 с.

54. Преподавание культуры общения в школе. Опыт работы. Дидактические материалы. Разработки уроков. Вып.2. Воронеж. 64 с.

55. Культура общения. 1-2 классы. Воронеж. 132 с.

56. Культура общения. 3-4 классы. Воронеж. 164 с.

57. Культура общения. 5 класс. Воронеж. Вып. 3-4.

58. Культура общения. 6 класс. Воронеж. Вып. 1-4.

59. Культура общения. 7 класс. Вып. 1-4.

60. История этикета в России. Воронеж. 39 с.

61. Проблема сквернословия. Воронеж. 30 с.

62. Речевая гимнастика. Воронеж, Вып. 1-3.

63. Уроки по ведению спора. 6 класс. Воронеж. 8с.

64. Речевые стереотипы. Воронеж. 11 с.

65. Анализ коммуникативных ситуаций. Воронеж. 27 с.

66. И.А.Стернин. Общественные процессы и развитие современного русского языка. Воронеж-Пермь. 75 с.

67. Речевое воздействие. Вып. 1. Воронеж. 24с.

68. Речевое воздействие. Вып. 2. Воронеж. 24с.

69. Культура общения и ее формирование. Материалы 5-й региональной научно-методической конференции. Воронеж. 167с.

70. Н.А.Купина, И.А.Стернин. Азбука вежливости. Воронеж. 97 с.

71. И.А.Стернин. Сквернословие. Воронеж-Пермь. 20 с.

72. «Я среди людей». Культура общения // Первые шаги. Программа образования детей 6-7 -летнего возраста, не посещавших дошкольные учреждения. Воронеж. С. 17-24.

1999 г.

73. «Я среди людей». Культура общения //Методические рекомендации к программе «Первые шаги». Воронеж. С.3-54.
74. Ведение диалога. 6 класс. Воронеж. 8 с.
75. Деловое общение. 9 класс. Поступление на работу. Воронеж. 13 с.
76. Культура общения. 8 класс. Воронеж. Вып. 4. 16 с.
77. Культура общения. 8 класс. Приложение. Вып. 1. Правила этикета. Воронеж. 23 с.
78. Культура речи в рифму. 16 с.
79. Культура общения. 7 класс. Вып. 1. Изд.2, перераб. 44с.
80. Культура общения. 7 класс. Вып. 2. Изд.2, перераб. 44с.
81. Культура общения. 7 класс. Вып. 3. Изд.2, перераб. 43 с.
82. Культура общения. 9 класс. Вып. 1. 76 с.
83. Культура общения. 9 класс. Вып. 2. 68с.
84. Культура общения. 9 класс. Вып. 3. 74 с.
85. Культура общения. 8 класс. Вып. 1.58с.
86. Культура общения. 8 класс. Вып. 2. 62 с.
87. Культура общения. 8 класс. Вып.3. 71 с.
88. Культура общения. 5 класс. Вып.1.Изд.2. 46 с.
89. Культура общения. 5 класс. Вып.2 Изд.2.. 26 с.
90. Культура общения. 5 класс. Вып.3. Изд.2. 53 с.
91. Культура общения. 6 класс. Вып.1. Изд.2. 45 с.
92. Культура общения. 6 класс. Вып. 2. Изд.2. 54 с.
93. Культура общения. 6 класс. Вып.3. Изд.2. 45 с.
94. Культура общения. 8 класс. Вып.4. Изд.2. 16 с.
95. Речевое воздействие. Вып.3. 24 с.

2000 г.

96. Речевое воздействие. Вып.4. Сборник научных трудов. 141 с.
97. Культура общения. 7 класс. Дидактический материал. Вып.3. Изд. 2, перераб. 43 с.
98. Культура общения. 7 класс. Дидактический материал. Вып. 4. 21 с.
99. Культура общения. 9 класс. Дидактический материал. Вып. 4. 60с.
100. Модели описания коммуникативного поведения. 27 с.
101. Коммуникативное поведение. Русское и финское коммуникативное поведение. Вып. 1. 99 с.
102. Культура общения. Примерное планирование. Детский сад, 1-11 классы. 28 с.
103. Культура общения. 1 класс. Книга для учащихся. 142 с.
104. Культура общения. 2 класс. Книга для учащихся. 118 с.
105. Культура общения. 3 класс. Книга для учащихся. Первое полугодие. 64 с.
106. Культура общения. 4 класс. Книга для учащихся. Первое полугодие. 80 с.
107. Культура общения. 3 класс. Книга для учащихся. 125 с.
108. Культура общения. 4 класс. Книга для учащихся. 119с.
109. Культура общения. 5 класс. Книга для учащихся. 123 с.
110. Культура общения. 6 класс. Книга для учащихся. 136 с.
111. Что происходит с русским языком? 71 с.
112. Общение с мужчинами и женщинами. 40 с.
113. Проблема сквернословия. 30 с.
114. Культура общения. 9 класс. Книга для учащихся. 172 с.
115. Коммуникативное поведение младшего школьника. 195 с.
116. Культура общения. 7 класс. Дидактические материалы. Вып. 2, перераб. 34 с.

- 116. Культура общения. Дидактические материалы. 8 класс. Вып.2, стереотип. 54с.
- 117. Культура общения. Дидактические материалы. 8 класс. Вып.3, изд.2, испр. 56 с.
- 118. Культура общения. Дидактические материалы. 9 класс. Вып.2, стереотип. 68с.
- 119. Культура общения. Дидактические материалы. 9 класс. Вып.3, изд.2, испр. 56с.
- 120. Риторика в объяснениях и упражнениях. Борисоглебск, 130с.
- 121. Речевое воздействие. Вып. 5. 24 с.
- 122. Речевое воздействие. Вып. 6. 24 с.

2001

- 123. Профессиональная риторика: проблемы и перспективы. 147 с.
- 124. Речевое воздействие. Вып.7. 24 с.
- 125. Культура общения. 7 кл. Книга для учащихся. 133 с.
- 126. Культура общения и ее формирование. Вып.8. 225с.

В школах, где уже ряд лет и на систематической основе ведется предмет «Культура общения», заметно повышается уровень речевой культуры школьников, формируются риторические навыки, улучшается связная речь, формируется выразительность речи, снижается конфликтность, повышается эффективность речевого общения. Мониторинг уровня культуры речи педагогических работников, проводимый кафедрой в ходе курсовой подготовки учителей и аттестационных процедур, показывает, что год от года растет уровень культуры речи основных категорий педагогических работников области.

Опыт работы кафедры получил высокую оценку и рекомендован для распространения пятой международной конференцией по риторике, проходившей в Воронеже 29-31 января 2001 г.

Все это свидетельствует о несомненной результативности работы кафедры по повышению уровня речевой культуры в регионе.

Н.В.Журавлева

Культура речи учителей Воронежской области

С 1993 года в ВИПКРО проводится аттестация педагогических работников по культуре речи. Для самостоятельной подготовки к аттестации был выпущен словарь-минимум «Культура речи учителя», насчитывающий около 200 слов и словоформ, правильное употребление которых обязательно для учителя. Это пособие неоднократно переиздавалось с учетом изменяющейся языковой ситуации.

В 2000-2001 уч. г. кафедра теории и практики коммуникации продолжала тестирование уровня культуры речи педагогических работников области в рамках аттестационных процедур и переподготовки учителей.

В течение учебного года было протестировано около 3000 человек. Из них в процессе тестирования 61% справились с заданием, а остальные показали недостаточный уровень грамотности. Для сравнения: в 1999-2000 уч.г. с тестом справлялись 65% опрошенных.

С одной стороны, трудности овладения учителями нормами речи связаны с неустойчивостью самой нормы. Все опрашиваемые, разумеется, находятся под влиянием средств массовой информации и воспроизводят ошибки

авторитетных журналистов и политиков. До сих пор вызывает трудности различение глаголов *надеть* - *одеть*. Это вполне объясняется тем, что большая часть говорящих с телеэкранов не различает их, часто подобные ошибки можно встретить и в письменном тексте. В последнее время в речи молодых журналистов участились случаи использования собирательных числительных в сочетании с существительными женского рода (например, *пятеро дочерей*), что является одной из грубейших ошибок.

С другой стороны, не преодолены трудности, связанные с некоторыми формами глаголов (*вручит, включит, подбодрит, облегчит*), объясняются южнорусским диалектным влиянием, которому подвергаются все жители Воронежской области. Хотя глагол *звонит*, правильное произношение которого есть как раз преодоление такого влияния, уже не вызывает сомнений у большей части педагогических работников нашего региона.

По-прежнему, на нижних строках рейтинга культуры речи педагогов находятся “малоговорящие” учителя труда и физкультуры. Не слишком хорошо справляются с тестовыми заданиями мастера ПТО и учителя ОБЖ. Лучшими по результатам этого года оказались учителя биологии, физики и математики.

Учителя естественнонаучных дисциплин проявляют особенно большой интерес к общим вопросам языкознания, выходя таким образом за рамки только культуры речи. Как правило, именно у этой категории учителей всегда наготове вопросы, касающиеся правильности произношения специальных терминов и собственных имен, которые им приходится воспроизводить на уроке.

Традиционно высокую культуру речи показывают учителя начальных классов, которые тщательно следят за своей речью в процессе общения с маленькими детьми.

Всех педагогических работников в настоящее время интересуют процессы, происходящие в языке на современном этапе его существования. Особенно много вопросов вызывают проблемы, связанные с иностранными словами в составе русского языка, а также активизация жаргонных слов и выражений в разговорной речи.

Нередко слушатели приходят на занятия, “вооруженные” словарями, и просят ответить на некоторые вопросы, возникшие у них при чтении этих словарей.

Можно констатировать, что негативное отношение к предмету “Культура речи” у учителей не только преодолено, но перешло в противоположность - разговоры на темы речевой грамотности вызывают в процессе курсовой подготовки и переподготовки настоящий интерес.

Приведем рейтинг педагогов Воронежской области по уровню культуры речи.

Данный рейтинг вычислен по результатам тестирования разных по объему групп педагогов (количество протестированных отражено в таблице), что не исключает элемент известной случайности результата для небольших групп; кроме того, в таблице не учтено, проводились ли с данными группами педагогов практические занятия по культуре речи учителя непосредственно

перед тестированием – в таких случаях результаты всегда оказываются существенно выше, чем при самостоятельной подготовке педагогов к тестированию. Однако общие тенденции приводимый рейтинг, несомненно, отражает и представит интерес для читателей.

Рейтинг уровня культуры речи профессиональных категорий педагогов
Воронежской области (2000-2001 уч. г.)

Профессиональные категории учителей	Общее количество прошедших тестирование (человек)	Процент справившихся с тестовым заданием хорошо и удовлетворительно
1. Учителя биологии	62	90
2. Учителя физики	41	83
3. Учителя математики	331	79
4. Учителя информатики	23	78
5. Учителя химии	23	78
6. Учителя начальных классов	448	75
7. Учителя географии	91	75
8. Учителя истории	96	74
9. Работники ДОУ	293	74
10. Учителя ИЗО, МХК, музыки	75	73
11. Учителя русского языка и литературы	130	61
12. Директора и заместители директоров	105	57
13. Учителя иностранного языка	163	55
14. Учителя физкультуры	195	39
15. Учителя труда	34	44
16. Педагоги дополнительного образования	143	34
17. Преподаватели ПТО	51	16
18. Учителя ОБЖ	57	9
19. Учителя экономики	8	0
Всего	2369	61

Риторизация учебного процесса в Воронежском энергетическом техникуме

Риторизация учебной деятельности – необходимое условие развития личности. Для студентов среднего специального учебного заведения (каким является энергетический техникум) риторизация урочной и внеурочной работы – едва ли не единственная возможность совершенствования устной речи, так, как преподавание специальных дисциплин, занимающее большую часть учебного времени, предполагает, прежде всего, работу с техническими текстами, схемами, письменное оформление схемных решений и т.д.

Непосредственно развитием устной речи студенты имеют возможность заниматься лишь на 1-м курсе (где изучают гуманитарные дисциплины) и в течение 76 часов в год (1 раз в неделю) на 2-м курсе (предмет «Русский язык как средство общения»).

Изучая опыт моих коллег, прихожу к выводу, что многие преподаватели нашего техникума, осознавая развивающий потенциал риторики, используют на своих уроках различные риторические методы и приемы. На уроках литературы – устный ответ (воспроизведение заданного на дом) от лица героя книги, автора, критика, редактора журнала и т.д. На уроках иностранных языков – экскурсии по Лондону, Берлину и т.д. с рассказами экскурсоводов и переводчиков. В курсе «Основы управленческой деятельности» практикуется выступление «рекламных агентов», которые должны в течение 3 минут подготовить и представить продукцию своей «фирмы» - преподаватель использует этот прием регулярно в середине лекции в качестве речевой и «эмоциональной» зарядки для студентов.

Практические занятия по предмету «Основы менеджмента» и «Основы экономики» (12 и 18 часов – соответственно) производится с использованием диалоговых игр «Аукцион», «Презентация фирмы», с использованием устных выступлений студентов. Традиционным видом работ в курсе некоторых специальных дисциплин («Теоретические основы электротехники», «Техническая механика», «ЭУСА») стали доклады студентов, представляющие собой т.е. выступления на основе заранее подготовленных рефератов. И, наконец, как результат риторизации учебной деятельности в техникуме – защита курсовых и дипломных проектов. В это время преподаватели получают возможность оценить плоды своих усилий по развитию устной речи будущих специалистов.

Конечно, во многом еще процесс риторизации учебной деятельности в нашем техникуме лишен нужной последовательности и системности. Однако в последнее время наблюдается стремление преподавателей работать «командой единомышленников», признающих развивающую роль риторики. Прослеживаются межпредметные связи, подкрепленные внеурочными мероприятиями: литература – основы менеджмента – русский язык – ОБЖ – деятельность зам. директора по воспитательной работе (семинары, конкурсы)

и заведующий библиотекой (читательские конференции). Польза такой совместной деятельности очевидна и для преподавателей, и для студентов.

Г.Ю.Юмашева

Формирование коммуникативных качеств речи у студентов – нефилологов Борисоглебского ГПУ

В начале прошлого учебного года на 4 курсе физико-математического факультета БГПИ проводилось анкетирование с целью выяснения того, как студенты оценивают свою речь и какие ее качества требуют с их точки зрения совершенствования.

Анкета предполагала следующие вопросы: 1) Как вы считаете, нуждается ли ваша речь в совершенствовании? 2) Если "да", то что вы хотели бы в ней улучшить?

Анализ ответов показал следующее:

- 1) 99% опрошенных считают, что их речь нуждается в совершенствовании (ответы однозначные, "да", "нуждается", без мотивировки);
- 2) 64% студентов считают, что в совершенствовании нуждается прежде всего такое качество речи, как правильность: *"Мне нужно научиться правильно произносить некоторые слова". "Преподаватели делают замечания, что я "гэкаю". "Я часто делаю ошибки в ударении". "Хочу сделать свою речь грамотной"*); 36% участвующих в анкетировании указывают на такое качество речи, как богатство *"Мне часто не хватает нужных слов". "Моя речь нуждается в пополнении словарного запаса". "Мне нужно научиться оперировать более обширными понятиями"*); 25% полагают, что необходимо совершенствовать чистоту своей речи *"Мне надо избавиться от жаргона". "У меня в речи много слов-паразитов"*); 23% указывают на такое качество речи как логичность, не называя при этом сам термин *"Я выражаю мысли разбросанными, не связанными по смыслу фразами". "Мне нужно уметь правильно формулировать мысли". "Мне нужно четче формулировать свои мысли". "Я очень часто, когда рассказываю, топчусь на месте"*); 0,4% выделяют такое качество речи, как уместность *"Хочу научиться свободно излагать свои мысли при общении с людьми, разными по образованию"*); 0,5% указывают на выразительность речи *"Хочу сделать свою речь более яркой"*).

Проведенное анкетирование показывает, что старшекурсники критично относятся к качеству своей речи и знают, что их речь несовершенна. В сознании студентов физико-математического факультета наиболее сформировано такое понятие как правильность речи, соотносящееся с нормами ударения и произношения. Такие понятия как чистота и богатство, логичность и точность выделяются далеко не всеми студентами. Небольшой процент опрошенных выделяет также уместность и выразительность речи, не называя при этом самих терминов.

Результаты анкетирования учитывались нами в преподавании курса "Культура речи" на физико-математическом факультете. Цель этого курса – формирование коммуникативных качеств речи с целью совершенствования навыков педагогического общения. На первом этапе обучения традиционно большое внимание уделялось нормативному аспекту речи, а именно таким разделам, как "Орфоэпические нормы", "Акцентологические нормы", "Нормы словоупотребления". Целью второго этапа было формирование в сознании студентов таких коммуникативных категорий как правильность, логичность, точность, чистота, богатство, выразительность, уместность.

Для выработки коммуникативных навыков и выработки мотивации к сознательному отношению к совершенствованию своей речи нами использовались различные активные формы и методы риторической работы, разработанные И.А. Стерниным (дебаты, видеосеминары, видеосъемка публичных выступлений).

На заключительном этапе обучения было проведено повторное анкетирование по тем же вопросам. Обработка данных показала, что ответы на первый вопрос отличались большей развернутостью, чем при первом анкетировании, мотивация ответов была более конкретной (*"Это нужно для более успешного общения с детьми в различных ситуациях"*, *"Умение хорошо говорить нужно для формирования своего имиджа"*).

Отвечая на второй вопрос, 84% студентов указали, что в совершенствовании нуждаются такие качества их речи, как правильность, точность, логичность, чистота, богатство. 16% указывают на необходимость работы над такими качествами, как выразительность и уместность речи.

Таким образом, по результатам анкетирования можно сделать следующие выводы:

- 1) Изучение курса "Культура речи" формирует осознанное отношение студентов физико-математического факультета к формированию основных коммуникативных качеств речи;
- 2) В сознании студентов – нефилологов актуализированы такие категории как правильность, точность, логичность, чистота, богатство. Уместность и выразительность речи как категории коммуникативного мышления осознаются ими слабо.

Е.А. Зацепина, И.А. Морозова

Формирование речевой культуры студентов факультета дошкольного воспитания Борисоглебского ГПУ

В соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования (М., 2000 г.) лингвистические и речеведческие дисциплины на факультете дошкольного воспитания пединститутов представлены курсом "Русский язык и культура речи" (24 часа

лекционных, 30 часов практических занятий). Цель данного курса – способствовать повышению уровня коммуникативной компетенции студентов, дать необходимые знания выпускникам факультета для работы по обучению дошкольников культуре общения, сформировать гармоническую личность, свободно владеющую нормами речевой культуры как частью общей культуры человека и важнейшим инструментом профессиональной деятельности педагога.

Много внимания выработке правильных речевых умений и навыков уделяется на практических занятиях, каждое из которых начинается с речевой гимнастики. Эта форма работы, предложенная кафедрой теории и практики коммуникации ВОИПКРО во главе с профессором И.А. Стерниным, очень эффективна, помогает активизировать внимание и учебную деятельность студентов и хорошо воспринимается ими.

Большую помощь в подборе разнообразных упражнений для речевой гимнастики оказывают дидактические материалы ("Культура речи учителя", "Культура речи в рифму" и др.), выпущенные названной кафедрой.

В ходе практических занятий и в качестве домашних заданий используются другие упражнения, требующие более длительной подготовки: работа с различными словарями, написание конспектов, аннотаций, рефератов, разработка материалов для занятий с дошкольниками, устные публичные выступления с видеосъемкой, решение этикетных задач и др.

Следует отметить, что на первом и последнем практических занятиях проводится тестирование по культуре речи.

На начальном этапе тест помогает не только выявить типичные орфоэпические ошибки, но и сформировать осознанное отношение к своей речевой деятельности, к своему языковому паспорту, а также познакомить студентов с одним из видов аттестационных работ, которые выполняют работники образования.

К сожалению, по результатам тестирования 83% студентов допустило 11 и более ошибок из 50 единиц, что свидетельствует о неудовлетворительном уровне культуры речи. Наибольшее количество ошибок допускается в употреблении следующих слов: *выздоровею, баловать, квартал, коклюш, колледж, маркетинг, новорожденный, обеспечение, облегчить, паралич, поминки, похороны, сгибаться, сливовый, умерший. и др.*

Итоговое тестирование показывает значительное улучшение результатов (уже только лишь 34% студентов допустило 11 и более ошибок). Устойчивые ошибки остались в словах: *выздоровею, баловать, обеспечение, облегчить, паралич, поминки, похороны, умерший.*

Таким образом, систематическая работа с большим количеством практических заданий для отработки навыков правильного употребления слов позволяет даже за короткий промежуток времени повысить уровень культуры речи студентов.

Из опыта работы «Центра теории и практики речевой коммуникации» в Ярославском регионе

Центр теории и практики речевой коммуникации создан на факультете русской филологии и культуры Ярославского государственного педагогического университета им. К.Д.Ушинского. Он имеет статус научно-исследовательского и организационно-методического объединения преподавателей Высшей школы филологии и культуры и других кафедр университета, занимающихся проблемами психологии общения, коммуникации, теории и практики профессиональной деятельности.

Работа Центра, включающая научные, прикладные и социально-общественные области деятельности, формирует единое благоприятное культурно-творческое пространство, способствует осуществлению гуманитарных проектов в Ярославском регионе, создает прецедент востребованности высокого уровня коммуникативной компетентности человека провинциальной культуры.

Полученные Центром результаты могут быть использованы в вузовской теоретической прикладной науке гуманитарного направления; в практике подготовки специалиста в высшей школе, в системе повышения профессионального уровня преподавателя высшей и средней школы, в области инновационных технологий преподавания предметов гуманитарного цикла в средней школе, на этапе довузовской подготовки будущего абитуриента, в области публичной общественно-гуманитарной практики и пропаганды речевой культуры.

Центр выполняет свои задачи в следующих направлениях:

Научно-исследовательская работа в области теории коммуникации (перспективные исследования по теории текста и жанра; изучение качественных моделей анализа речевой практики; исследование библиопсихологических параметров тезауруса личности; исследование интеллектуально-речевых способностей человека; изучение закономерностей развития языковой личности; проблемы изучения коммуникативных процессов в СМИ).

Формы и направления работы: организация и проведение методологических семинаров; чтение спецкурсов для студентов факультета, проведение спецсеминаров; написание курсовых, бакалаврских, дипломных работ и магистерских диссертаций; написание диссертационных исследований преподавателями кафедры; выпуск тематических сборников научных работ на региональном уровне (один раз в два года); проведение научно-практических конференций регионального и республиканского масштаба (один раз в два года).

Организационно-методическая работа включает два направления:

- создание и совершенствование рабочих программ по дисциплинам речеведческого цикла «Русский язык и культура речи», «Риторика», «Стилистика и литературное редактирование», «Деловое общение» и др.;
- создание учебно-прикладной базы и книжного фонда, обслуживающего курсы по теории и практике речевой коммуникации; создание базы дидактических средств (видеозаписи, видеофрагменты, методические материалы).

Учебно-методическая работа включает организацию и проведение исследовательской и учебно-методической работы с учителями средних школ и гимназий.

Формы работы: консультации для учителей-предметников, ведущих курсы риторики, культуры речи, стилистики; проведение проблемных семинаров, организация курсов переподготовки учителей, ведущих речеведческие дисциплины в школе.

Хозрасчетная учебно-организационная деятельность, включающая подготовку специалиста в сфере речевой коммуникации по специализациям «Практическая риторика» (специалист в области речевой коммуникации), «Основы маркетинга и рекламного дела», «Технический редактор в СМИ», «Преподаватель риторики в школе и вузе».

Формы работы: организация сокращенных учебных курсов для специалистов с высшим образованием; организация и проведение хозрасчетных курсов «Русский язык и культура речи», «Деловое общение», «Основы PR-деятельности» для практикующих специалистов - менеджеров, торговых агентов, банковских служащих, деловых секретарей-референтов, работающих в Ярославском регионе.

Социально-общественная деятельность, связанная с пропагандой и изучением прикладных основ речевой коммуникации, экологии речи, законов и постулатов речевой практики (по договору с Государственной теле-радиокомпаниями «Ярославия» и «TV- центр»).

Таковы основные направления деятельности Центра в Ярославском регионе.

Культура устной и письменной речи

Л. В. Гарская

Культура речи как многоаспектный феномен

Владение искусством речевого общения нередко обозначается понятием *риторическая компетенция*. Культура речи как многоаспектный феномен включает ряд уровней (М. О. Фаенова, 1991). К первому уровню относятся высоко развитые мыслительные и познавательные процессы, когнитивные

способности человека, его концептуально-структурирующая деятельность, связанная, с одной стороны, с его намерениями, целеполаганием, а с другой – его конкретными действиями, осуществляемыми на их основе. В первую очередь этот уровень включает такой существенный компонент как культура мышления, способствующая адекватной ориентировке субъекта речи в заданных условиях общения и позволяющая ему применять законы правильного мышления для достижения целей коммуникации.

Именно общие логические закономерности мышления, реализуемые в тех или иных языковых конструкциях, формируют высказывания и обеспечивают их связность. С точки зрения лингвистики логические компоненты (в частности, связанные с выразительными возможностями модальной логики и иллюкутивной силой) играют важную роль в образовании высказываний и организации текста.

Второй уровень формируют языковые и внеязыковые знания, составляющие общую базу знаний носителей языка. Этот уровень включает: 1. знание языка и принципов речевого общения; 2. внеязыковые знания о контексте и ситуации; знания об адресате, его целях и планах, его представлениях об окружающей обстановке. Сюда же относятся фоновые знания о мире и знание психологических механизмов воздействия на адресата.

Общеизвестно, что эффективное общение предполагает достижение запланированного субъектом речи прагматического результата путем осуществления речевого воздействия на собеседника (адресата). При этом субъект речи должен уметь на основе знания механизмов воздействия адекватно использовать имеющиеся в языке экспрессивно-эмоциональные средства и речевой этикет при соблюдении стилистической правильности и логичности как наиболее значимых дискурсивных характеристик.

Третий уровень – это культура речи, представляющая собой сумму навыков и умений, обеспечивающих такие характеристики высказывания, как логичность, экспрессивность, стилистическая адекватность при использовании социально детерминированных норм и речевых стандартов.

При этом речевой узус и речевой этикет выступают индикаторами правильности и уместности высказываний в каждой конкретной ситуации общения. В свою очередь, разнообразие и вариативность ситуаций, возникающих в процессе коммуникации, позволяют интерпретировать понятие литературной нормы языка в терминах стилистических регистров общения.

Допускается возможность отклонения от нормы в речи индивидов, поскольку, наряду с общелитературным стандартом, норма включает разные подсистемы реализации структуры языка: стили, регистры, диалекты и просторечие (И. В. Арнольд, 1981).

Неоднородность нормы связана также с многообразием условий общения. В разных ситуациях понятие правильности будет варьироваться в зависимости от функционально-стилевых уровней языкового употребления. Уместность высказывания достигается правильным выбором стиля субъектом речи. Такое умение выбирать языковые варианты, адекватные условиям коммуникации, свидетельствует о стилистической компетенции субъекта речи.

Владение культурой общения предполагает правильное использование различных стилей, знание механизма переключения с одного кода на другой в процессе общения, т. е. перехода от одной языковой подсистемы к другой в результате, например, изменения социальной ситуации, ролевых отношений между участниками коммуникации. Этим достигается стилистическое варьирование речи.

Существуют также основные противопоставления на уровне нормы: официальный и неофициальный регистры общения. Первый случай – это не спонтанная, а заранее подготовленная литературно-нормативная речь, представленная иногда на уровне письменной формы; второй случай – это литературно-разговорная, непринужденная речь (Г. А. Орлов, 1991). Владение этими двумя разновидностями (тональностями) общения можно рассматривать как минимум, необходимый для обеспечения стилистически правильной речи.

Если коммуникативная компетенция формируется в процессе социализации, то риторическая компетенция и культура речевого общения являются предметом специального развития. В этом плане актуальной и перспективной, например, для методики преподавания русского языка в начальной и средней школе оказалась разработка теоретической и практической основ обучения культуре речи, предложенная О. М. Казарцевой (1998).

Наконец, четвертый уровень включает умения планировать дискурс и управлять им с целью осуществления речевого воздействия на адресата (см. трактовку дискурса как продукта речевой деятельности, который выражается в виде связного текста: О. М. Казарцева, 1998, с. 197). Как известно, дискурсивная и стратегическая компетенции предполагают способность порождать тексты, которые обладают содержательной завершенностью, тематическим, структурным и композиционным единством. Именно образ автора цементирует текст в единую структуру, к единству целого ведут тактика и стратегия текста (Г. А. Золотова, 1995). Тактикой текста определяются приемы и принципы соединения, сцепления единиц, создающих дополнительные смыслы: конструктивно-семантические и субъективно-оценочные. Тактика любого текста избирается и вдохновляется текстовой стратегией его автора. В нее входят понятия замысла (интенции), позиции, мировосприятия, отношения автора к предмету и поставленной им проблеме, чисто прагматические факторы. В соответствии с точкой зрения Г. А. Золотовой (1995), стратегия автора – категория гипотетическая, абсолютное ее знание невозможно, и читатель-реципиент может в разной степени только приблизиться к ней.

У человека с развитой речевой культурой работа над текстом начинается с внутреннего программирования – обдумывания предварительного стратегического плана высказывания, который строится с учетом авторского замысла, определяющего основное содержание будущего текста. С учетом этого плана намечается содержание речевых структур, отбираются синтаксические конструкции и лексика. При обдумывании последующих частей текста автор принимает во внимание то, что уже создано и записано. В процессе критического анализа написанного и при его окончательной

обработке автор что-то уточняет или изменяет, сравнивает фрагменты текста с возможными лучшими вариантами, разрабатывает детали, устраняет недостатки в содержании текста.

Такая подготовительная работа по составлению текста, нередко связанная с привлечением дополнительного собранного материала и его систематизацией, с лексической подготовкой и отбором структурно-синтаксических средств, строится как *процесс*, направленный прежде всего на создание определенного содержания, которое обрабатывается и шлифуется. Такой современный подход к обучению письменной речи (в отличие от традиционного подхода, ориентированного на текст как конечный продукт речевой деятельности) является перспективным с методической точки зрения. Такой подход раскрывает внутреннюю структуру соответствующего речевого действия (с его механизмами протекания психолингвистических и мыслительных процессов), дает возможность отработать каждую операцию, в него входящую, и обеспечивает коммуникативное написание: необходимость передать определенному адресату определенное сообщение, обусловленное речевой интенцией автора и реализуемое на лингвопрагматическом уровне в контексте соответствующей жанрово-стилевой разновидности письменной речи.

Опираясь на модель построения речевого действия, в соответствии с которой осуществляется процесс написания речевого произведения, можно выделить следующие этапы подготовки к соответствующему виду письменных работ: создание речевой ситуации, вызывающей потребность в создании письменного текста; отбор фактического материала, его систематизация и подготовка на уровне организации текста в черновом варианте; написание чистового варианта текста и его редактирование.

Таким образом, дискурсивная и стратегическая компетенции языковой личности как уровни (параметры) ее коммуникативной компетенции образуют основу культуры речи этой личности, а ее способность проявлять речевое взаимодействие языковой и коммуникативной компетенций в процессе деятельности по текстообразованию должна стать нормой такой речи (при непосредственном учете лингвистических и экстралингвистических факторов речевого общения).

Антропоцентрическая ориентация современной лингвистики помогает изучению аспектов проявления человеческого фактора в речевой деятельности на основе исследования взаимодействия ролей адресанта-продуцента и адресата-реципиента как языковых личностей и их влияния на процесс коммуникации на уровне устной и письменной форм речи с целью успешной реализации общения в социальном контексте.

Культура речи руководителя

Культура речи - неотъемлемая часть общей культуры личности. Для людей, чья деятельность связана с речевым общением, она является одним из условий профессионального успеха.

В течение многих лет необходимые качества культурной речи в обществе формировались в основном за счет индивидуальных усилий и самообразования отдельных членов общества. Школьная программа, в центре которой находится орфография и пунктуация, не ставила задачи овладения всем богатством родного языка. В результате планка языковой культуры личности опускалась все ниже.

Речь руководителей мало чем отличается от речи остальных людей, и ей присущи все типичные речевые ошибки. Однако речевая культура особенно важна именно для руководителя - недостаточная речевая культура не только снижает рейтинг делового человека, но и пагубно влияет на окружающих, поскольку речь, произносимая в официальной обстановке, воспринимается слушателями как образец. Под влиянием средств массовой информации мы воспроизводим речевые ошибки авторитетных журналистов и комментаторов, в сознании людей закрепляются ненормативные варианты слов, озвученные

политическими лидерами (дОговор, нАчать, углУбленное).

В ВОИПКРО с 1993 года проводится аттестация педагогических работников по культуре речи (КР). Руководители школ Воронежа и области проходят аттестацию наряду с другими категориями слушателей. К сожалению, директора и заместители директоров школ вовсе не являются лидерами в сфере речевой культуры, скорее наоборот. В течение 2000-2001 учебного года было протестировано 105 руководителей школ, из них высокий уровень КР продемонстрировали чуть больше половины - 57% опрошенных.

Тестирование по КР проводилось нами в Российской Академии Государственной службы в рамках преподавания предмета "Русский язык и культура речи". Студентами заочного отделения названного учебного заведения являются работники администрации города и области, бизнесмены, политики, руководители промышленных предприятий, юристы и военнослужащие. Все они – действующие или потенциальные руководители.

Участниками тестирования стали 40 человек. Тестирование проводилось в два этапа:

- 1) без предварительной подготовки;
- 2) с подготовкой по предложенному минимуму (списку из 63 слов, вызывающих наибольшие трудности при произношении).

Проведенная работа позволила выявить типичные трудности указанной категории носителей языка в овладении нормами речи:

- ударный [е] ошибочно подменяют [jo] (афера, опека), что связано с отсутствием буквы Ё в книгах и периодике;

- произношение некоторых форм глаголов (*премировать, облегчить, исчерпать, осведомить, откупорить, включить, вручить, поручить, баловать*) ;

- произношение слов иноязычного происхождения (*Ньютон, маркетинг, жалюзи, диспансер, колледж*), где правильно поставить ударение можно, лишь зная происхождение слов;

- существительные *каучук, квартал, дерматин, свекла, ходатайство, досуг*;

- прилагательные *сливовый, украинский*;

- словосочетания *оптовые закупки, наложенный платеж, на доску, на складах, с похорон, истекий год, истекая жидкость*.

80% опрошенных при первом тестировании допустили ошибку в слове обеспечение, при повторном - 56% слушателей вновь ошиблись. Это свидетельствует о твердой сформированности ошибочного произношения в речевом сознании.

Безусловно, тестирование по культуре речи не могло выявить всех трудностей овладения нормами речи, поскольку в тест не вошли трудности лексической сочетаемости, употребления паронимов и грамматических форм, употребления форм числительных. Однако тестирование даже в рамках предъявленного минимума выявило низкий уровень речевой грамотности руководящих работников. Это свидетельствует о необходимости введения специального курса русского языка и культуры речи в программы высшего нефилологического и гуманитарного образования, в программы по подготовке и переподготовке специалистов, занятых организацией и управлением в разных сферах деятельности.

Н.А.Козельская

Ортологический аспект в преподавании русского языка как иностранного

В современной языковой ситуации вопросы культуры речи оказываются актуальными не только для русских студентов, но и для иностранных учащихся. Традиционно в курсе русского языка как иностранного студенты знакомятся с национальной спецификой русского речевого этикета. Однако интенсивный процесс обновления средств выражения в русском языке, изменение стиля общения делает необходимым ортологическое комментирование лексики в иностранной аудитории.

Копируя речевое поведение носителей языка, иностранцы включают в свою речь маргинальную и нелитературную лексику /вульгаризмы, жаргонизмы, бранные слова/, экспрессивно-оценочные слова. Трудность корректировки заключается в том, что иностранные учащиеся слабо владеют стилистическими нормами. Даже на продвинутом этапе обучения до 50% экспрессивно-оценочной лексики не воспринимается адекватно. Недоумение вызывает, например, распространение диминутивов в сфере городского

общения, т.к. студенты, как правило, знают суффикс уменьшительности /билетик, остановочка, площадочка/, но не осознают, что использование диминутивов – это способ оптимизации общения. Мы знакомим их с различными способами выражения оценки, экспрессии, делая акцент на словообразовательные средства, которые вполне исчислимы и нередко имеют четкую маркированность. У иностранцев нет «языкового чутья», поэтому для них оказывается особенно важным и трудным стилистическое разграничение явных вулгаризмов /тащиться, бабки/ и актуализировавшихся, ставших «общенародными» жаргонизмов /беспредел, крутой/. Пометы в современных словарях оказываются весьма непоследовательными.

Наблюдение над фактами расшатывания языковых норм, смешения стилей в иностранной аудитории приходится вести одновременно с формированием и закреплением представлений о литературной норме и стилистической дифференциации слов.

Современный этап языкового развития характеризуется актуализацией асистемных, периферийных явлений, в то время как обучение иностранцев ориентировано обычно на факты системные, частотные, продуктивные. Это обуславливает направленность занятий по РКИ на развитие навыков лингвистического анализа, комментирования, языковой догадки, использование знаний прежде всего в рецептивных видах речевой деятельности.

Н.И.Белоусов

Орфографические варианты в словаре В.И.Даля

В 2001-м году исполняется 200 лет со дня рождения В.И.Даля, выдающегося представителя русской культуры XIX века. Особое место занимает В.И.Даль в вопросах русской орфографии.

Отсутствие единой системы орфографических правил в первой половине 19-го века побуждало авторов, в том числе и В.И.Даля, вводить авторские нормы правописания. Основные положения орфографической теории сформулированы В.И.Далем в статье «Напутное слово» (1862 г.).

Значительное место уделяет В.И.Даль вариантным написаниям. Под вариантами при этом понимаются «видоизменения письменного облика слова, не связанные ни с изменением его значения, ни с изменением его грамматических и стилистических свойств» (Б.З Букчина).

В словаре В.И.Даля встречаются такие группы вариантов:

А/О в безударной позиции в корне слова: ба/о/строгъ, а/о/феня, а/о/скить, а/о/соть, ла/о/пухъ, заро/а/стать...

Е/Ь/ять/ в корне слова: ле/Ь/каръ, теле/Ь/га, копе/Ь/йка...

Е/И в безударной позиции: би/е/чева, впи/е/хнуть, мачи/е/ха...

Глухой/звонкий: борт/д/ъ, бострок/г/ъ, ломбард/т/ъ...

Одиночная/удвоенная согласная: мас/с/а, мок/к/а, колон/н/а, дилем/м/а...

Эта группа самая многочисленная. В.И.Далем предпочтение отдается написаниям с одиночной согласной.

Е/О после шипящих и Ц: же/о/лоб, же/о/рдо́чка, печо/е/ра, изже/о/га, жже/о/нка...

Ассимиляция по месту образования: вожжа – возжа, дожжикъ – дозжикъ, щанъ – дщанъ...

І/Ь: безделі/ь/е, бесчѣсті/ь/е, ді/ь/а/я/воль, ді/ь/а/я/къ, келі/ь/я...

Щ/СЧ, Щ/ЗЧ: вмещ/сч/ивый, изнош/сч/ик, рѣш/зч/ик...

Написания с ь/без ь: сед/ь/мой, сер/ь/га, тюр/ь/ма, т/ь/фу...

И/Ы: взи/ы/мать, ци/ы/фра, цы/и/ркуль, взы/и/меть...

Слитно/раздельно/дефис: впервыхъ – въ первыхъ, нейти – не ийти, изъ за – изза, надъ-оконный, надоконный, не вснось – невснось...

Е/Я в безударной позиции: зая/е/цъ, я/е/жевика, я/е/ралашь, я/е/рлыкъ...

Э/Е в корне слова: аз/е/рь, е/э/пидемия, е/э/пизодъ, е/э/Оирь...

Ь/Ъ в конце слова: бишь/ь/, зубрь/ь/, ковыль/ь/, покамѣсть/ь/...

Характеристика вариантов в Словаре осуществляется как шрифтом, знаками препинания, так и (реже) – союзами *и, или, либо, вернее, правильнее* и др.

Особенность орфографических вариантов В.И.Даля – отказ от жесткой нормализации. Это связано с мнением составителя, что «словарникъ не указчикъ языку, а служитель, рабъ его». К тому же сосуществование вариантов – один из необходимых этапов формирования орфографической нормы и неизбежное следствие дискуссионности многих аспектов теории языка и правописания.

Большая часть позиций В.И.Даля по вариантным решена в современной орфографии однозначно, хотя в ряде случаев дискуссионность сохраняется до сих пор (и-ы после Ц, одна-две согласных в корне, написание наречий и др.). Все изложенное полезно знать в преддверии опубликования нового орфографического Свода правил.

Кольцова Л.М.

Назначение пунктуационных средств и принципы их исследования

Неотъемлемым элементом текстового пространства, даже если текст состоит лишь из одной фразы, а фраза – из одного слова, являются пунктуационные позиции, независимо от того, маркированы ли они специальными графическими знаками или нет. Об этом убедительно свидетельствуют те способы письменного представления текстов, которые характерны для древнерусских рукописей.

Представляется вполне оправданным определение пунктуации как совокупность иерархически организованных позиций, призванных обеспечивать единство текста и его частей, текстовые связи семантических единиц одного языкового уровня, а также межуровневые связи.

Такое определение пунктуации с неизбежностью вовлекает в её ведение и порядок развёртывания линейных единиц, движение “от пункта А в пункт В” через определённые “промежуточные станции”, т.е. снимает

противоестественную привязанность, отождествление единиц содержательных с единицами искусственно созданной графической символики. Формальные средства репрезентации (маркирования/немаркирования) позиций – знаки препинания – возникают и систематизируются в неразрывной связи с условиями и интеллектуальными, социальными, эстетическими и пр. требованиями. Изменение и развитие пунктуации как системы диктуется законами развития письменного языка, с одной стороны, и особенностями субъективного языкового мышления, с другой, что и проявляется в многообразии способов оформления текстов.

Исследование пунктуации как системы требует определения ее места и роли в кругу письменных речевых средств в целом, а также статуса соответствующего раздела науки о языке в системе современного лингвистического знания, в современной лингвистической парадигме, которая “существенно изменила стратегию в изучении невербальных компонентов текста и речи” и “создала необходимые условия для пересмотра многих лингвистических концепций, усилила интерес к различным явлениям”, как отмечает в своих интересных и во многом новаторских исследованиях Н.Л. Шубина (Шубина, 1999, с.3).

Несомненно, что для той сферы, к которой до сих пор привязана пунктуация - сферы грамматики, пунктуация – явление “маргинальное” или “периферийное”. Вместе с тем, нам представляется, что взгляд на пунктуацию как на некое приложение к синтаксису не соответствует именно принципам новой лингвистической парадигмы, в которой “грамматика (как наука об общих принципах устройства языковых уровней) чётко противопоставляется другой науке – науке об использовании языка говорящим человеком” (Ломов, 2000, с. 12). И *пишущим* человеком – несомненно.

Система языковых форм (или элементов), составляющих предмет грамматики и включающих в себя уровни звука, морфа, слова и предложения, жёстко задана человеку. В этом царстве грамматики какое-либо субъективное языковое творчество (или самодеятельность) не просто строго регламентировано, а практически исключено. В то же время возможность комбинации знаков, элементов, компонентов, обладающих языковой семантикой, увеличивается по мере восхождения по иерархическим ступеням уровней языка, стремясь к бесконечности на вершине иерархии, что и проявляется в существовании неисчислимого множества оригинальных текстов.

Для создания, восприятия и интерпретации текста пунктуация и средства её репрезентации имеют чрезвычайно большое значение. Как отмечает Г.Селье, “человеческий мозг устроен таким образом, что отказывается оперировать мыслями до тех пор, пока они не облечены в более или менее чёткую индивидуальную форму – понятийные блоки... мыслительные блоки, или понятийные элементы, связаны друг с другом весьма свободно, и содержимое их неоднородно” (Селье, 1987, с. 254).

1. Ломов А.М. Грамматика: содержание и объём понятия // Русский язык вчера, сегодня, завтра. – Воронеж, 2000.

2. Селье Г. От мечты к открытию. – М., 1987.
3. Шубина Н.Л. Пунктуация в коммуникативно-прагматическом аспекте и её место в семиотической системе русского текста. Автореф. дис. ... докт. филол. наук. – Спб., 1999.

Теоретические проблемы общения и речевого воздействия

О.С. Иссерс

Прототипический подход к типологии коммуникативных норм

В лингвистической трактовке норма понимается как совокупность наиболее устойчивых реализаций языковой системы, отобранных и закрепленных в процессе общественной коммуникации; норма рассматривается как «узаконенное установление, признанный обязательным порядок, строй чего-нибудь» и как «установленная мера, средняя величина чего-нибудь».

Норма как «узаконенное установление» имеет место в достаточно ограниченной социальной сфере: это дипломатические контакты, дебаты, отдельные сферы делового общения, где речевые действия коммуникантов строго регламентированы. Такой тип коммуникативных ситуаций находится «под юрисдикцией» *регламентирующих* норм.

В иных ситуациях общения мы имеем дело с нормой как «установленной мерой, средней величиной». Ее можно определить как *правило, стандарт, одобряемый обществом и требующий подражания*. Имея представления о стандарте, человек справляется с бесконечным числом стимулов, поставляемых действительностью. Такую норму можно назвать *прототипической* – ориентированной на наиболее частотный образец коммуникативного поведения. Шкала прототипических оценок включает суждения о том, насколько рассматриваемые речевые действия близки прототипу – «лучшему образцу категории». Прототипический подход позволяет допустить, что все члены категории в зависимости от наличия/отсутствия характерных свойств могут быть в большей или меньшей степени близки прототипу. Когнитивный механизм выбора модели речевого поведения базируется на альтернативах «принято/не принято», «удобно/неудобно».

С точки зрения коммуникативной стратегии речевое взаимодействие может допускать отклонения от прототипа, мотивированные ситуацией, индивидуальными особенностями коммуникантов и т.д.

Если прототипическая норма указывает на обычные, стереотипные речевые действия, предпринимаемые для достижения коммуникативной цели, то отклонения от прототипа могут быть в сторону уменьшения либо увеличения усилий, необходимых для реализации коммуникативного

намерения. Программа-минимум позволяет достичь цели, приложив усилия, меньшие прототипической нормы. Так, просьба обычно включает несколько коммуникативных ходов: предпросьбу (pre-request), собственно просьбу, мотивацию, опережающую благодарность и др., однако в ряде случаев эта коммуникативная программа может быть редуцирована в зависимости от дистанции между коммуникантами, установки на тип поведения (кооперация/конфликт), индивидуальной манеры общения. Этот тип речевого поведения по аналогии с принятым в биологии понятием гомеостазиса можно определить как *гомеостатическую* норму. Необходимо заметить, что гомеостатическая норма определяет границу, за пределами которой общение оценивается как нарушение общественных конвенций в области коммуникации (в область этих нарушений попадает такой речевой феномен, как хамство).

Программа-максимум обнаруживает превышение прототипической нормы – случай, когда достижение цели обеспечивается усилиями большими, чем необходимо. Этот тип речевых действий мы обозначаем как *гипернорму*. Чрезмерные усилия, предпринимаемые для достижения цели, как правило, требуются в условиях конфликтной коммуникации, в стратегиях убеждения, а также мотивируются индивидуальными представлениями о такте и вежливости.

Таким образом, существуют 4 типа коммуникативной нормы, определяемые ситуацией общения и различающиеся по степени императивности. Они отражают сложившиеся в обществе представления о допустимых границах варьирования речевого поведения, нарушение которых ведет к коммуникативному конфликту. Последовательное разграничение типов коммуникативных норм позволяет выявить детерминирующие их факторы, к числу которых мы относим следующие: установку на тип общения (кооперация/конфликт), «степень сопротивления» адресата, дистанцию между коммуникантами, имидж говорящего, имидж адресата («игра на повышение/понижение»), фактор искренности. Установленные критерии также дают возможность продемонстрировать механизм нарушений коммуникативных норм.

Спектр тактик, находящихся в границах коммуникативной нормы, достаточно широк и оставляет говорящему возможность для коммуникативного маневра в зависимости от ситуации. Пренебрежение же социальными конвенциями выводит говорящего за пределы коммуникативной нормы.

М.Е.Новичихина

Прямая коммерческая номинация: эффективность с точки зрения мотивационной теории

Как известно, определенную группу коммерческих наименований составляет т.н. прямая номинация. Такие названия как «Детали», «Хлеб», «Молоко», «Галантерея» и т.п. непосредственно несут информацию о

предлагаемом товаре. Предыдущие этапы исследования показали, что прямая номинация (в отличие от многих других способов именования) чаще всего оказывается малоэффективной, поскольку такие названия обычно оцениваются носителями языка – потенциальными потребителями товаров – как привнесшиеся, примелькавшиеся, примитивные. Они редко приводятся в ответе на вопрос: «В магазин с каким названием (из приведенных ниже) вам хотелось бы зайти?»

Однако интересен тот факт, что некоторыми информантами они все-таки указываются как единственно предпочтительные. Очевидно, существуют определенные мотивы, побуждающие информантов к подобным ответам. Это и побудило нас рассмотреть проблему эффективности прямой коммерческой номинации с точки зрения мотивационной теории.

Нами была использована фундаментальная классификация мотивов, предложенная американским психологом А. Маслоу. По мнению А. Маслоу, в структуре мотивов нижний уровень, самый широкий и универсальный, занимают мотивы физиологического характера: обеспечение жизнедеятельности, здоровье, проблемы еды, жилья и т. п. Следующий уровень в системе потребностей занимают потребности, объединенные автором в категорию безопасности. Над биогенными мотивами и потребностями стоит группа мотивов социального и социально-психологического характера и т. д.

В качестве основного принципа организации мотивации человека А. Маслоу рассматривает иерархию препотентности базовых потребностей, а в качестве главного динамического закона, приводящего в движение эту иерархию, – принцип актуализации потребностей более высоких уровней по мере удовлетворения потребностей более низких уровней. До тех пор, пока не удовлетворены физиологические потребности, именно эти потребности играют доминирующую роль, однако удовлетворенные потребности первого уровня отступают на задний план, уступая место потребностям следующего уровня и т. д.

Таким образом, можно предположить, что абсолютизация прямой номинации рядом носителей языка обусловлена актуализацией потребностей нижних уровней. Тот факт, что этот способ номинации указывается как эффективный в определенных социальных группах (пенсионеры, неработающие, люди старшей возрастной группы) подтверждает сформулированный вывод.

З.Д.Попова, И.А.Стернин

Интерпретационное поле национального концепта и методы его изучения

Выявление концептов – ментофактов, образующих национальную концептосферу народа, в последнее время все чаще осуществляется через анализ семантики языковых знаков, номинирующих соответствующие концепты.

Концепт имеет определенную структуру, которая может включать несколько когнитивных слоев, различающихся по уровню абстракции, отражаемому ими. Базовый когнитивный слой всегда отражает чувственный образ (автобус –желтый, тесно, трясет; -искусство – картины; религия – церковь, молящиеся люди). Этот образ представляет собой единицу универсального предметного кода, кодирующую данный концепт для мыслительных операций. Это как бы косточка плода. Другие когнитивные слои окружают первый и образуют мякоть плода. Их может быть несколько, они наслаиваются на ядро от более конкретного к более абстрактному.

Базовый когнитивный образ и остальные когнитивные слои состоят из отдельных концептуальных признаков. Совокупность базового чувственного образа и всех когнитивных слоев концепта в единстве образующих их когнитивных признаков представляют собой ядро концепта.

Кроме ядра, концепт имеет также весьма объемную периферийную часть – совокупность слабо структурированных предикаций, отражающих интерпретации отдельных концептуальных признаков и их сочетаний национальным сознанием в виде утверждений, установок сознания, вытекающих в данной культуре из содержания концепта. Эту часть концепта мы предлагаем назвать его интерпретационным полем.

Ядро концепта лучше всего отражает семантика ключевого слова (лексемы), именующего концепт (например, свобода, тоска, общение, душа, вера, свобода и т.п.) Пополняет наше представление о содержании ядра концепта анализ синонимов, симиляров, антонимов ключевой лексемы. Периферию содержания концепта отражают смыслы, фиксируемые в национальных паремиях, афоризмах, крылатых выражениях, притчах, а иногда и значительных по объему публицистических, художественных и научных текстах. Из этого арсенала в основном выявляется интерпретационное поле концепта, в котором можно обнаружить весьма разнообразные смысловые признаки, скрытые от прямого наблюдения.

Очень информативны для выявления интерпретационного поля паремии. В них мы находим застывшие осмысления того или иного концепта, сложившиеся на протяжении длительного времени и менявшиеся в зависимости от места, времени и условий проявлений концептуальных сущностей в жизни народа, отдельных групп людей, отдельного человека. Один и тот же концепт как бы поворачивается разными сторонами к разным людям, и благодаря этому особенно хорошо видна его многослойность и многоаспектность. Ср. например, русские пословицы:

Концепт *деньги*: деньги не приносят ума (Ума на деньги не купишь), деньги делают человека умным (Богатство ум рождает), деньги дают возможность материально благополучного существования (Деньги наживешь –без нужды проживешь), деньги причиняют беспокойство их обладателю (Лишние деньги – лишние заботы);

Концепт *муж*: плохо женщине без мужа (Жена без мужа – всего хуже), нет ничего хуже плохого мужа (Стужа да мужа, а лучше худого мужа)

Концепт *труд*: только труд ведет к благополучию (Без труда не вынешь рыбку из пруда), честный труд не приводит к богатству (От трудов праведных

не наживешь палат каменных), не следует спешить начинать работу (работа не волк – в лес не убежит), кто трудится, тому и плохо (От работы кони дохнут), кто не работает, тот не имеет материального благополучия (Кто не работает, тот не ест) и т.д.

Концепт *язык*: язык – мощное средство воздействия (Мал язык – горами качает), живую речь приятно слушать (Живое слово дороже мертвой буквы), язык – средство обращения к богу (Язык с богом беседует), хорошая речь доставляет удовольствие (Хорошую речь хорошо и слушать), язык поможет найти дорогу (Язык доведет до кабака), язык может причинить вред человеку (Язык мой – враг мой, Язык до добра не доведет), языку нельзя доверять (Язык блудлив, что коза) .

Противоречивость поговорок, объективирующих в языке интерпретационное поле концепта, объясняется именно их принадлежностью не к ядру концепта, а к интерпретационному полю концепта, которое содержит “выводы” из разных когнитивных признаков, образующих структуру концепта. Интерпретационное поле концепта всегда слабо структурировано, образовано по принципу дополнительности образующих его предикаций.

Однако для отдельных концептов в языке того или иного народа может не существовать пословиц, поговорок и афоризмов или их количество может быть по тем или иным причинам, заслуживающим изучения, весьма незначительным (например, для концепта *быт*, см. исследования А.В.Рудаковой): может быть мало синонимов и антонимов и т.д.. В этом случае концепт и его интерпретационное поле исследуются экспериментальными приемами – методом анкетирования, ассоциативными приемами и др. Так, для нового для русской концептосферы концепта *толерантность* ядром является чувственный образ спокойного, вежливого, невозмутимого человека (эксперимент Е.И.Гришук). Ядро концепта образует когнитивный слой « терпимость к мнениям, действиям других людей».

Другие слои (сегменты) концепта:

бытовая терпимость – терпимость к поведению и высказываниям окружающих людей, умение прощать им слабости и отклонения от норм поведения;

религиозная терпимость – уважительное отношение к представителям других конфессий; признание их равными себе;

этническая терпимость – уважительное, невраждебное отношение к представителям других этнических групп, находящихся в контакте или взаимодействии с «моей» этнической группой, признание их равными себе;

интеллектуальная терпимость – признание возможности плюрализма мнений по любому политическому, общественному или научному вопросу, отсутствие враждебности к чужому мнению.

В интерпретационное поле концепта *толерантность*, как показывает исследование, на современном этапе входят такие установки, как : в быту надо быть терпимым, надо идти навстречу людям, компромиссы, уступки – это отсутствие характера, принципов, мягкотелость, на уступчивых людей нельзя положиться, на переговорах надо быть жестким, плюрализм вреден,

затрудняет жизнь, терпимость – это беспринципность, толерантность навязана нам Западом, консенсус – смешное зарубежное слово и т.д.

Признаки концепта, извлеченные из его интерпретационного поля, показывают плывучесть, смещаемость, диффузность когнитивных слоев, образующих периферию концепта.

Т.Н.Голицына

Вопросительные конструкции: эпистемологическая классификация

Любой акт познания опосредован вопросами, начинается с вопроса. По мнению Р. Конрада, вопросительная ситуация возникает тогда, когда появляется «состояние незнания». Это «незнание» может полностью осознаваться субъектом, а может предполагать дополнение новыми сведениями лишь некоторых фрагментов информации.

Данное исследование посвящено анализу вопросительных предложений, которые являются вербальным средством воплощения вопросов в познавательных операциях.

В зависимости от характера путей получения нового знания можно выделить несколько типов вопросов.

1. *Что это?* Этот вопрос может быть задан, когда субъект не способен идентифицировать наблюдаемый предмет или явление. Нечто дано в опыте, мышлении. Значение его пока неизвестно. *Кто это?* Предполагается, что наблюдаемый феномен – живое существо. Объем начальной информации несколько больше, нежели в предыдущем вопросе. Данные вопросы можно назвать идентифицирующими.
2. Вопросы временной ориентации: *Какое сегодня число (день)? Который час? Когда вы встречались?* У каждого человека есть внутренняя шкала («временная перспектива»), на оси которой он ведет отсчеты, что было раньше, а что позже. Временная ориентация невозможна без мощного информационного блока и определенных навыков в его использовании.
3. Вопросительные предложения *Правда, что... Верно, что...* Они могут интерпретироваться следующим образом. Дана информация о факте (событии), она исходит от «Другого» (лица, источника). С помощью этой конструкции вводится как бы новый источник информации. Эта вопросительная форма дает возможность получить дополнительную информацию, которая подтверждает или отрицает ту, что уже имеется, а главное – проверить ее. Это вопрос – проверка.
4. Смысловое устройство с частицей *ли* (ли-вопросы) представляется следующим образом: дана информация о некоем событии, но ее достоверность вызывает сомнение. Говорящий демонстрирует свою отстраненность от располагаемой информации. Этот вопрос имеет характер дизъюнкции.

Предварительный анализ некоторых типов вопросительных предложений позволяет считать, что субъект (говорящий) может располагать достаточно точной информацией, а может быть осведомлен о «положении дел» частично. Содержание вопросов имеет познавательное значение, т. к. выполняет функцию организации данных, связывает неизвестное с тем, что уже известно.

Ж.И.Фридман

Вопросительные предложения в функции возражения

Одной из важнейших функций вопросительных предложений является функция возражения. Именно данная форма наиболее частотна в коммуникации.

Если человек возражает, это нередко приводит к речевым конфликтам. В идеальной коммуникации уместней формула «Да, но...+ аргументация (почему «но»)). Однако в действительности этого, как правило, не происходит. Часто действует закон отторжения иной точки зрения, человек возражает другому по принципу «назло». Общение – это всегда коммуникативная борьба, поединок. Общение с возражениями является негармоничным и ведет к коммуникативным неудачам.

Возражение может быть оформлено как утвердительное или вопросительное предложение. Вопросительные предложения в функции возражения будем называть ритотными вопросами (от англ. Retort – возразить, возражение). Спецификой таких предложений является то, что они одновременно с вопросом содержат и отрицательный ответ говорящего на этот вопрос, не требуя разъяснений со стороны собеседника. Этот отрицательный ответ словами не выражен. Его значение передается только интонацией.

Классифицировать ритотные вопросы можно в соответствии с различными принципами. В зависимости от того, на что направлено возражение, можно выделить такие типы вопросов, как возражение на действие, на мнение, на номинацию, на явление действительности и т.д.

Ритотные вопросы неоднородны по своей семантике. Помимо своего основного значения, они могут содержать и дополнительные: обиду, удивление, сомнение, несогласие, гнев, негодование, возмущение и др.

Морфо-синтаксический принцип классификации ритотных вопросительных предложений предполагает различия в их структуре. В зависимости от этого, можно выделить четыре группы:

1. Предложения, которые включают вопросительные слова, выступающие членами предложения («кто», «что», «где», «когда», «почему», «зачем»);
2. Ритотные вопросительные предложения без вопросительных слов;
3. Вопросы, в структуре которых находятся различные вопросительные частицы;
4. Вопросительные слова-предложения.

Специфика коммуникативности народного декоративного искусства

Народное декоративное искусство обладает коллективным характером, но его коллективность, как свидетельствуют исследования авторитетных искусствоведов, определяется не совместными операциями в работе мастеров, а формой воплощения в нем общественно значимой информации. При наличии такой информации в предметах искусства творец и потребитель (передающий и получающий) оказываются, с точки зрения художественного общения, равноправными участниками возникающего диалога.

Носителем общественно значимой информации в народном декоративном искусстве является художественный образ вещи. Коммуникативный характер народного декоративного искусства предопределяет специфику образных средств используемых в данном виде художественного творчества. Можно отметить близость коммуникативного языка этого искусства и устного народного творчества. Предметы народного декоративного искусства, равно как и устного народного творчества, характеризуются яркостью, одухотворенностью, поэтизацией содержащихся образов. Но коммуникативный характер рассматриваемого искусства предопределяет наличие образных средств, характерных только для данного вида художественного творчества.

Духовное богатство, высокая содержательность, отсутствие второстепенных, малозначительных элементов, то есть сам характер информации, заключенной в предметах народного декоративного искусства, обуславливают его поэтичность и декоративность. Первая из них служит основой художественного метода воплощения информации, а вторая является отражением синкретичной роли этого искусства в материальной и духовной жизни народа. Частности не фиксировались в обобщенном языке рассматриваемого искусства, запоминалась, отбиралась и фильтровалась только самая значительная информация о «мире в целом», а не о «конкретной действительности».

Оптимизм, мажорность, отсутствие скорби обуславливались тем, что свою радость мастер, как и каждый человек, стремился «донести до всех», а горе «скрыть в себе». Воспроизведение общепринятого через индивидуальность автора обеспечивало, с одной стороны, сочетание традиционности и варьирования - главной особенности народного декоративного искусства, а, с другой стороны, позволяло мастеру обладать «собственным голосом» в своем художественном общении со зрителем.

Осмысление специфики коммуникативности народного декоративного искусства позволяет успешно использовать его в качестве средства формирования культуры общения учащегося с произведением искусства средством стимулирования художественно-эстетического развития личности.

Профессиональное общение

Л.П.Лунева

Культура общения учителя на уроке

Специфика педагогической деятельности состоит в том, что результат ее всегда есть следствие совместной деятельности педагога и воспитанника. Ведущим в этом общении является, несомненно, учитель. Он попеременно выступает то в роли информатора, то в роли слушателя. Педагогу следует уметь воспринимать и понимать другого человека, сближать точки зрения – свою и собеседника, управлять общением. Он должен излагать материал грамотно, доступно, выразительно. К сожалению, проводимые нами в системе ПК исследования речи учителя позволяют сделать вывод о том, что уровень речевой культуры педагога остается невысоким и требует совершенствования.

Нередко в речи учителя встречаются ошибки следующего типа:

- фонетико-орфоэпические, связанные с нарушением норм произношения и ударения ("начался", "углубленный", "экспертный" и др.);

- грамматические и синтаксические ("урок по литературе", "учебник по химии", "положь дневник на стол");

- ошибки терминологического характера ("Какую согласную букву вы слышите?"; Подчеркните в этом предложении части речи");

- ошибки на избыточное повторение ("Все последующие уроки будем обращаться к обращениям").

Важную роль в речевой культуре учителя играет тональность общения с учениками. Нередко ученик слышит от наставника категоричные, резкие суждения и требования ("Делай так, как тебе сказано"; "Ты еще не дорос, чтобы указывать"; "Сколько раз можно говорить одно и то же"). Дети должны чувствовать доброжелательность учителя, чтобы правильно оценить его требовательность и строгость. Не следует избегать в общении с детьми таких слов, как "спасибо", "пожалуйста", "извините", "будьте добры" и другие. Постоянно слыша такие слова, ученики невольно усваивают их и включают в свой активный словарь.

Педагогу важно непрерывно проводить работу по обучению детей речевому поведению в общении друг с другом. Следует позаботиться о том, чтобы ребенок тактично обращался к своему собеседнику, выражал свое несогласие корректными высказываниями: "Я думаю иначе"; "Я с тобой не могу согласиться"; "По-моему, ты не прав".

Одним из главных моментов речевого общения является и умение слушать собеседника. Мешает этому торопливость, фамильярный тон, придирки, перебивание учителем ответа ученика: "Куда ты смотришь?"; "Не крутись, кому говорят!"; "Это что? Давай быстро!".

Раздражительность, недоброе выражение лица, откровенная грубость сводят на нет образовательную и воспитательную работу на уроке.

Говоря о речевом этикете учителя, предложим несколько рекомендаций для отдельных элементов урока. Так, недопустимо:

- безразлично и отстраненно произносить приветствие, так как оно должно помочь в создании творческой и доброжелательной атмосферы;
- говорить с учащимися, повернувшись лицом к доске и не видя класса;
- обращаться к одному ученику, не обеспечив деятельность других;
- обнаруживать в речи плохое настроение, вызванное разговором с завучами или коллегами.

Исключительно важны слова учителя при завершении урока. Они должны указывать на то, что работа по исследованию проблемы не закончена и будет продолжена на следующих уроках: "Ребята, нерешенного много, но потерпим до очередного урока. Всего доброго"; "Мы неплохо поработали, но впереди еще много интересного. Надеюсь, мы справимся с этим на следующем уроке".

Таким образом, культура речи и культура общения являются общей частью культуры педагога. Без высокой культуры речи учителя, без соблюдения им норм речевого этикета не будет культурного, образованного ученика.

О.К.Попова

Педагогическая толерантность и общение с незрячими и слабовидящими детьми

«Декларация принципов толерантности» ЮНЕСКО [1], подчеркивает, что «воспитание является наиболее эффективным средством предупреждения нетерпимости». К сожалению, незрячие и слабовидящие дети часто вызывают чувство отчуждения у хорошо видящих людей. При этом ребята ощущают своё отличие от других и остро переживают свой физический недуг и связанное с ним ограничение возможностей. Строить отношения, общаться с плохо видящими учащимися очень непросто, поэтому педагогу необходимо владеть навыками толерантного общения и стремиться к толерантному мышлению и поведению.

Если учитель и ученик не находятся в состоянии конфронтации, если они умеют находить согласие друг с другом и в процессе передачи знаний имеют возможность сблизить свои интересы, возникает особое толерантное образовательное пространство. Педагоги-новаторы, работающие с особенными детьми, пришли к выводу, что дети «при определенных условиях ... обретают возможность нормального развития» [2]. Проект общественного договора «Об условиях нормального развития особенного ребенка», разработанный на VI Всероссийской конференции ИПИ РАО (2000 г.), пронизан духом толерантности.

Стремясь к бесконфликтности, необходимо понимать природу конфликтов. Опрос, проведенный среди старшеклассников специализированной школы для слепых и слабовидящих детей г. Воронежа, выявил мнение ребят по поводу конфликтных ситуаций. Они назвали следующие их причины: учитель и ученики не понимают друг друга – 59% опрошенных; невоспитанность,

несдержанность обеих сторон – 16 %; учителя не уважают учеников, считают их ниже себя – 12 %; все вышеперечисленные причины – 13 %. А одна девочка с большим чувством написала: «Не понимаю я этих учителей!»

Для того, чтобы добиться взаимного уважения, 29% старшеклассников предложили ввести правила, запрещающие учителю повышать голос, оскорблять ученика. 71% учащихся хотели бы организовать обучение на принципах сотрудничества, взаимодействия учителя и ученика. Таким образом, путь толерантности в педагогическом общении наиболее востребован школой – интернатом для слепых и слабовидящих детей .

«Первое сентября», № 66 от 16.09.2000; «Первое сентября», № 40 от 30.05.2000

В.К.Строкова

Основные трудности делового общения руководителя с педагогическим коллективом

Деловое общение – это общение, направленное на организацию успешной совместной деятельности людей в интересах достижения эффективного делового взаимодействия. В многообразии видов общения руководителя это общение является наиболее важным, так как именно от него зависит успешность деятельности всего педагогического коллектива, психологический комфорт каждого педагога и каждого учащегося.

На практике общение руководителя с подчиненными зачастую проходит неэффективно. Причина этого в трудностях, с которыми сталкивается руководитель.

Основной трудностью руководителя является выбор верной позиции в общении с подчиненными. Эффективно использование в общении с подчиненными позиций, выделенных Э.Берном – *родитель, взрослый, ребенок*.

В условиях административно- командной системы управление строилось на директивной основе в форме приказов и указаний. Руководитель, как старший в иерархии отношений, автоматически становился в позицию *родителя* . Это парализовало активность подчиненных, так как наиболее выигрышной становилась позиция *ребенка* либо возникал бунт, протест и переход подчиненного в позицию *родителя*. Задачей руководителя является овладение умением общаться и развивать свои отношения с подчиненными в равных коммуникативных позициях по линии *взрослый- взрослый*. Это требует серьезной психологической перестройки руководителя, перехода его на демократические принципы руководства

Другой сложностью в общении руководителя с подчиненными является преодоление технократизма в педагогике. Каждый работник – это индивидуальность и то, что эффективно в работе с одним, противопоказано для другого. Руководитель должен уметь увидеть личностные особенности каждого и грамотно учитывать их в совместной работе. Например, логические доводы будут более убедительны для людей мыслительного типа,

эмоциональность доводов более необходимо людям, ориентированным на взаимодействие с другими людьми. Необходимо провести психологическое тестирование коллектива и выявить особенности психологии отдельных работников.

Трудным моментом в работе руководителя является учет закономерностей развития коллектива, выработка оптимального стиля руководства, сочетание демократизма с деловой направленностью. Перегиб в сторону демократизма способствует повышенной сплоченности коллектива в ущерб делу. Акцент на деловой направленности выхолащивает теплоту отношений между людьми, отрицательно сказывается на социально – психологическом климате, а для педагогического коллектива это очень существенный показатель. Отсутствие в подколлективе таких качеств как забота, внимание, душевное участие в судьбе других, приводит к тому, что и в ученической среде эти качества не получают развития.

Деятельность руководителя обязательно связана с анализом, выявлением недостатков в работе подчиненных, адресным предъявлением претензий, при этом каждое нечаянно оброненное слово обретает силу и порой очень разрушительное. Поэтому руководителю необходимо всячески избегать невротических и других субъективных отклонений в собственных оценках и поведении на фоне терпимости к возможным невротическим реакциям и оценкам подчиненного.

Руководитель обязан быть готовым к любому поведению своих подчиненных, предельно сдержан в своих реакциях на возможные их срывы. Помимо умения сдерживать себя, руководитель должен быть способен и успокоить человека.

Одной из трудностей в общении руководителя является слабо развитая способность слушать своих подчиненных. Это ведет к тому, что будучи не выслушаны на месте, подчиненные с жалобами обращаются в выше стоящие организации, что приводит к дополнительным проверкам, нервозности в коллективе, мелким дрязгам. Поэтому важной составляющей в работе руководителя над собой, является развитие способности слушать.

Для руководителя важно умение помочь подчиненному проследить узловые моменты образования затруднений в его отношениях с окружающими, совместно с ним выработать варианты выхода из сложных ситуаций. Поэтому одним из условий эффективной работы руководителя, является развитие умения общаться в условиях конфликта, знание правил поведения в конфликте и приемов выхода из конфликта.

Таким образом, для предупреждения и устранения трудностей в работе с подчиненными каждому руководителю необходимо серьезно работать над повышением своей коммуникативной грамотности, а это значит, что каждому руководителю необходимо:

- знать нормы и традиции коммуникативного поведения в стандартных коммуникативных ситуациях;
- знать законы общения;
- знать правила и приема эффективного общения;

-адекватно применять свои коммуникативные знания в конкретных ситуациях общения.

Последнее исключительно важно: даже если человек и знает как надо общаться в том или другом случае, изучил приемы и правила эффективного общения, он может не обладать коммуникативной грамотностью, если практически не применяет свои знания или применяет не всегда. Например, почти все хорошо знают, что перебивать собеседника не следует, но мало кто о себе может сказать, что он не перебивает других.

Коммуникативная грамотность руководителя –основа эффективной работы возглавляемого им коллектива.

И.Г. Кожевникова

Профессиональные и общекультурные требования к речевому поведению студентов спортивных вузов

Успешность профессиональной деятельности выпускников вузов во многом зависит от уровня и навыков умений общаться, т.к. в современном обществе большое внимание уделяется культуре речевого поведения и способности человека не только точно, но и этикетно выражать свои мысли. В настоящий момент существует потребность в подготовке функционально грамотных специалистов, способных придать новым формирующимся экономическим отношениям цивилизованный характер.

Это особенно актуально для студентов спортивных вузов, т.к. «здоровая» агрессивность, культивируемая тренерами на спортплощадках, приводит очень часто к падению нравственного уровня вне стен стадиона. Специалисты по спортивной психологии в агрессивном поведении спортсменов видят серьезную социальную проблему, т.к. сформировавшийся жесткий динамический стереотип общения с трудом поддается коррекции в социально значимых ситуациях. Оказание помощи при социальной адаптации спортсменов по окончании спортивной карьеры – важнейший момент не только в работе тренера и психолога команды, но и преподавателей речеведческих дисциплин спортивных вузов.

Введение полного курса речеведческих дисциплин в программу обучения студентов спортивных вузов отвечает не только потребностям общества, но и личным интересам обучающихся. Учебная практика показала, что студентам необходимы следующие курсы: 1) культура речи, 2) речевое воздействие, 3) деловое общение и цикл лекций по практической риторике.

В связи с вышеизложенным задача преподавателя речеведческих дисциплин, в первую очередь, состоит в том, чтобы помочь студентам овладеть адекватным коммуникативным поведением, а также сформировать сугубо личностные нормы и правила общения, актуализовать в речи учащихся языковые средства построения конструктивного диалога. Им следует дать комплекс сведений о принятых в национальной культуре нормах речевого поведения, о законах межличностного и группового общения и подготовить к преодолению барьеров коммуникации. У студентов необходимо выработать

навыки рефлексии по поводу своих речевых действий в сфере повседневного и профессионального общения.

Коммуникативная грамотность для будущих специалистов – необходимое условие их эффективной деятельности в самых различных сферах.

В.И. Терентьева

Информационная культура будущего специалиста в области туриндустрии как составляющая лингвориторической подготовки

Система маркетинга в туризме представляет собой комплекс программ по созданию, ведению и реализации наиболее эффективной деятельности фирмы на рынке. Информация – главная составная часть маркетинга. В связи с этим воспитание информационной культуры будущего специалиста в области туриндустрии выступает одной из центральных психолого-педагогических проблем высшей школы и важнейшей составляющей его лингвориторической подготовки.

Опираясь на психологическую теорию деятельности (А. Н. Леонтьев и др.), психолингвистическую теорию речевой деятельности (А. А. Леонтьев и др.) можно сформулировать следующее рабочее определение информационной деятельности (ИД). Это, во-первых, процессы восприятия, переработки и воспроизведения готовой информации (рецептивно-аналитическая ИД), во-вторых, процессы ее поиска, структурирования и транслирования (репродуктивно-конструктивная ИД), в-третьих – процессы генерирования и продуцирования собственной информации (продуктивно-творческая ИД).

Информационные взаимосвязи в процессе осуществления различных направлений маркетинговой работы будущего специалиста чрезвычайно сложны в связи с необходимостью учета взаимодействия микросреды (внутренней и внешней сред маркетинга) и макросреды (факторов демографического, экономического, природного, научно-технического, политического и культурного характера). Таким образом, специалист должен совершать квалифицированную информационную деятельность не только в четырех направлениях в рамках внутрифирменной работы (маркетинговые политика, исследования, планирование, воздействия), но и с выходом за рамки фирмы. В процессе перманентного информационного обмена участвуют как минимум три стороны: сама туристская фирма, «смежники» (сотрудничающие с турфирмой фирмы, организации, учреждения) и объекты маркетинговой деятельности.

Лингвориторическая подготовка будущего специалиста должна вооружить его умением эффективно справляться со всеми видами своей профессиональной деятельности.

Особенности общения на зарубежных научных конференциях

Особенности научного общения на зарубежных научных форумах их участники ощущают уже на подготовительном этапе. Отечественных ученых поражает четкость и своевременность рассылки информационных материалов, готовность организаторов вступать с будущими участниками в непосредственный контакт при помощи электронных средств связи. Не будучи лично знакомы с ними, организаторы проявляют большую доброжелательность и готовность помочь в решение любой проблемы, от получения визы до практических советов по поводу наиболее удобных транспортных маршрутов до места проведения конференции.

Активное общение с организаторами продолжается лично в ходе научного мероприятия. Ученые из России нередко обращают внимание на то, что члены оргкомитета никогда не показывают, как они устали, сколько сил им стоило претворить мероприятие в жизнь, сохраняют доброжелательность до самого конца. Невольно напрашивается сравнение с тем, как обычно ведут себя организаторы отечественных научных конференций. У нас считается хорошим тоном жаловаться на трудности, живописать свои «подвиги» на организационном поприще и свою усталость от них. Наши организаторы нередко ждут от своих гостей прежде всего сочувствия к себе и своим заботам, не забывая о том, как это скажется на их настроении. Рассказы об организационных трудностях зачастую являются непременным атрибутом процедуры регистрации, что несомненно ослабляет праздничную атмосферу открытия научного форума. Подобное немыслимо на западных конференциях, где все трудности принято скрывать от глаз гостей.

Для западных организаторов встреч ученых важно создать приподнятое настроение. Детально продуманная программа (включая светские мероприятия типа приема у мэра или ректора университета) делает общение праздничным, необременительным, внешне легким, но на самом деле глубоким. На Западе очень распространено обыкновение или вывозить всю конференцию за город или делать одно из заседаний «выездным». Это дает возможность всем участникам оторваться от рутины их академической деятельности и сосредоточиться на научном общении.

Как правило, программа конференции за рубежом включает несколько пленарных докладов. Они вызывают большой интерес и дискуссию; «проходных» выступлений обычно не бывает. Чтобы удержать внимание аудитории и сделать свой доклад более убедительным и наглядным, выступающие используют современные технические средства: видеофильмы и видеоклипы, слайды, аудиоматериалы, компьютерные распечатки. Раздаточными материалами пользуются абсолютно все докладчики. Бросается в глаза высокая техническая оснащенность оргкомитета, готовность размножить любые материалы в любом количестве. Наличие иллюстративного

материала у каждого слушателя, возможность следить с его помощью за производимым докладчиком анализом литературного текста, облегчает восприятие и делает научное общение более предметным.

Хотя многие ученые хорошо знакомы друг с другом лично и по публикациям, следят за научной карьерой друг друга, существует традиция представлять каждого докладчика публике, рассказывая о его академической карьере и печатных трудах. Представление может быть и шутивым по форме.

Для западных конференций вообще характерно юмористическое и ироническое преподнесение научных докладов. Отечественных ученых удивляет самоирония и склонность к шутке, свойственные западным коллегам. Доклад, прочитанный в сухой академической манере, пусть и очень глубокий по содержанию, будет встречен вежливо, но без воодушевления. Российских участников конференции, привыкших к академической строгости и некоторой чопорности научного общения, поражает неформальная, но без панибратства форма обращения друг к другу даже на официальных заседаниях. Удивительными кажутся также непринужденность, отсутствие чинопочитания при сохранении хороших манер, вкуса, воспитанности, тактичности.

Для западных научных мероприятий характерно отсутствие кастовости, готовность и желание самых маститых исследователей общаться с новыми людьми, в том числе и начинающими учеными. Докладчиков оценивают не по титулам и званиям, а по их работам, проявляя заинтересованное внимание как к аспиранту, так и к профессору.

Отличительной чертой научных форумов на Западе является гармоничное сочетание формального общения в зале заседаний и неформального во время coffee-breaks, обедов, ужинов и экскурсий. Владея биоадекватными природосообразными технологиями проведения академических встреч, организаторы стремятся сделать пребывание своих гостей в стране как можно более познавательным, информативным и приятным. Научные доклады и дискуссии чередуются с мероприятиями светского характера, что в немалой степени способствует сохранению работоспособности и высокой результативности научного общения.

Нашим ученым кажется удивительной готовность западных администраторов самого высокого ранга принимать участие в развлечении гостей симпозиума. Так, например, в ходе работы 12-ой Летней школы по изучению творчества поэта Дж.М. Хопкинса (г. Монастеревин, Ирландия) для участников была проведена экскурсия в город Мейнут и его университет, история которого восходит к концу XVIII века. Мейнутский университет пользуется высокой репутацией и является одним из самых крупных ирландских университетов. Его ректор безусловно очень занятый человек, имеющий много обязанностей и несущий огромную ответственность за студентов и сотрудников своего учебного заведения. Однако, прервав свой летний отпуск, он нашел время и возможность провести целый день с участниками Летней школы. Он лично провел многочасовую экскурсию по многочисленным университетским корпусам, университетской библиотеке, Мейнутскому собору. В ходе яркого и красочного рассказа об университете, его истории и выпускниках разных факультетов, ректор стимулировал

дискуссии по всевозможным вопросам. Его манера поведения способствовало возникновению непринужденного общения участников Школы как с ректором, так и между собой.

Думается, что особенности западного научного общения порождены европейской культурной традицией в широком смысле этого слова. Выходцам из советского и постсоветского общества особенно привлекательной представляется толерантность, пронизывающая все типы общения. Если говорить о формальном академическом общении, например, обсуждении докладов, то поражает полное отсутствие менторского тона и навязывания своей позиции и точки зрения. Западные ученые очень терпимы, всегда пытаются понять ход рассуждений и логику доказательств докладчика. Они избегают императива, советы дают в очень мягкой форме, прибегая к сослагательному наклонению. Как правило, дискуссия по докладу носит не эмоционально-оценочный, а рационально-конструктивный характер.

Толерантностью и доброжелательностью окрашено и неформальное общение. Хозяева конференции с большим пониманием относятся к религиозным и бытовым традициям и привычкам гостей: католиков пригласят на мессу в местный собор, а мусульманам не предложат блюда из свинины. Чувствуя некоторую скованность и зажатость гостей из стран Восточной Европы, они делают все возможное, чтобы гости почувствовали себя как дома. С этой целью организаторы стараются познакомить участников, например, из России с теми людьми, которые интересуются этой страной и ее культурой. Сразу же завязывается оживленный разговор на тему, волнующую всех участников разговора.

Общение на зарубежных научных форумах отражает состояние западного менталитета и общественных нравов, ценностные ориентиры и приоритеты вузовской и академической интеллигенции.

Тавдгиридзе Л.А., Иванов А.

Обучение устному рекламированию

Основное правило менеджмента гласит, что истинная торговля начинается лишь тогда, когда покупатель скажет «нет».

В борьбе между покупателем и продавцом побеждает тот, кто умеет убеждать, доказывать, доводить до сознания покупателя нужную информацию. Отсюда – необходимость свободного владения речью, умение эффективно строить ее в разных коммуникативных ситуациях, в частности - в устном рекламировании.

В основе устного рекламирования лежит особым образом организованный текст, целью которого является эффективное воздействие на адресата. Для достижения результата необходимо сконцентрировать все средства речевого воздействия в пределах рекламного текста.

Залогом успеха торговой деятельности являются ежедневные вдумчивые тренировки. Значительный позитивный опыт компании «Цептер-

интернациональ» дает основание предложить следующую систему упражнений подготовки менеджеров к устному рекламированию:

- тренировка умений и навыков выразительной речи: постановка правильного дыхания, голосовой тренинг, дикционные упражнения. Дикционный тренинг дает возможность постичь эмоциональную сторону речи;
- работа над языком рекламного выступления (замена абстрактных существительных на конкретные; размещение всех второстепенных членов предложения после основного глагола; использование риторического вопроса; использование примеров и аналогий; отработка приемов перевода письменной речи в устную);
- практикум по обучению приемам эффективной аргументации;
- тренинг по использованию принципов и правил бесконфликтного общения, знание которых необходимо при проведении устного рекламирования;
- произнесение рекламных тестов и их последующий анализ.

Следует помнить, что, говоря «нет», покупатель чаще всего говорит «не знаю». Решение он будет принимать на основе информации, которая представит товар в новом свете. Таким образом, очевидно, что успешное обучение устному рекламированию нуждается в единой концепции, правила и рекомендации которой рассматриваются применительно к профессии менеджера.

Л.В.Яркина

Невербальное поведение как коммуникативная система хормейстера

Профессиональное поведение хормейстера представляет собой систему последовательно выполняемых действий, которые целенаправленно несут информацию певцам в процессе профессионального контакта руководителя с хоровым коллективом. Искусство управления коллективом в процессе исполнения музыкального произведения называется дирижированием.

Дирижирование - это искусственная конвенциональная кинетическая знаковая система, обслуживающая область исполнительского искусства. Подобно другим кинетическим системам, элементы языка дирижирования заменяют элементы естественного языка. Например, жест вступления заменяет серию команд – внимание, дыхание, начало пения, жест снятия - окончание исполнения, жестовая модель тактирования (схема) заменяет счет.

Однако принципиальное отличие языка дирижирования от других кинетических языков состоит в том, что с его помощью можно передавать не только предметную (регулятивную), но и экспрессивную (эмоционально-психологическую) информацию. Именно бифункциональность языка дирижирования позволяет ему действовать на «территории» искусства и выступать в качестве языка чувств.

Бифункциональность языка обеспечивается его основной семантической единицей, которой, в отличие от других кинетических языков, является не жест, а движение. И не просто движение как кинетический акт, а **выразительное движение**, несущее экспрессивную информацию. Выразительные движения детерминированы внутренним состоянием человека и могут быть произведены головой, мимикой лица, взглядом, ртом, всей рукой или кистью, корпусом.

Итак, дирижирование – это кинетический язык, в основе которого лежат выразительные движения, выполняющие две функции: информационную и суггестивную. Это свойство языка дирижирования позволяет хормейстеру реализовать не только эмотивную функцию, но и функцию управления исполнительским коллективом.

Искусство речевого воздействия хормейстера на певческий коллектив определяется, с одной стороны, уровнем владения специфическим языком дирижирования, с другой стороны, мастерством его применения посредством актуализации ситуативно востребованных приемов управления и воодушевления.

Таким образом, дирижирование – это опоэтизированная, одухотворенная кинетическая речь хормейстера, которая не только замещает (в определенных рамках) слово, но и несет эмоцию, осуществляя тем самым целенаправленную передачу экспрессивно-регулятивной информации певцам хора.

Возрастные и гендерные особенности общения

Т.М.Землянухина

Особенности формирования общения между сверстниками в дошкольном возрасте

При изучении общения сверстников в раннем возрасте мы руководствовались гипотезой, согласно которой общение между детьми в решающей степени зависит от опыта их коммуникативной деятельности со взрослым и от организации последних коммуникативных контактов малышей.

Наше исследование включало не только констатирующий эксперимент по установлению уровня общения детей, растущих в разных условиях, но и формирующий опыт, позволивший наметить конкретные пути воздействия взрослого на коммуникацию детей в возрасте от 1 года до 3 лет.

Анализ развития коммуникации между детьми, растущими в разных условиях жизни /воспитанники домов ребенка и дети, растущие в семье и посещающие ясли/, показал, что этапы развития общения со сверстниками оказались в принципе одинаковыми в разных выборках испытуемых, а их суть

заклучалась в постепенном переходе от отношения к сверстнику как к интересному объекту к субъективному взаимодействию с ним.

Вместе с тем, обнаружили и существенные различия в разных выборах малышей. У детей, растущих в семье, посещающих ясли, формирование общения со сверстниками происходит быстрее, чем у воспитанников домов ребенка, и достигает на третьем году жизни качественно более высокого уровня. У детей в домах ребенка наблюдалось отставание в становлении общения со сверстниками по всем показателям: проявление внимания и интереса к другому ребенку, эмоциональное отношение к нему, инициативные действия и чувствительность к отношению и обращениям другого ребенка.

В поведении воспитанников закрытых учреждений было больше негативных проявлений, не имеющих видимой содержательной причины. Такое своеобразие общения со сверстниками является отражением недостаточного развития предметной практической деятельности /связанное с дефицитом общения со взрослым/, что мешает взаимодействию сверстников, обедняет содержание их общения. Замедленное развитие у воспитанников домов ребенка речи также тормозит налаживание совместной деятельности малышей.

Формирующие занятия позволили более конкретно определить роль взрослого в становлении общения между детьми. Выяснилось, что для формирования общения недостаточно создавать условия лишь для совместной предметной деятельности. Для налаживания отношений между малышами необходимо "презентировать" одного ребенка другому, так как увлеченные игрушками, они могут даже не поднимать взгляд на лицо сверстника.

Вследствие дефицита общения взрослого с ребенком затрудняется формирование контактов между детьми, а возникающие вследствие него отрицательные переживания у ребенка нередко выливаются в конфликты между сверстниками. Специальная организация субъективного взаимодействия между детьми с ориентацией на развитие их инициативности и чувствительности по отношению к другому ребенку как субъекту дала положительные результаты. Общение детей, прошедших через специальные занятия со взрослым, оказалось адекватно сформированным.

Е.Б. Чернышова

Языковые средства выражения коммуникативной категоричности при общении шестилетнего ребенка со сверстниками

Под коммуникативной категоричностью мы понимаем коммуникативное поведение личности, для которого характерны высокая частотность интонационно резких высказываний с повышенной громкостью голоса, преобладание императивных, негативно оценочных и экспрессивных эллиптических конструкций, а также использование стратегий настаивания,

неуступчивости и общественно табуированных приемов выражения категоричности.

Наблюдение за коммуникативным поведением шестилеток в детском саду показало, что дошкольники очень категоричны, а порой и ультимативны в общении со сверстниками.

Исследование детской речи, зафиксированной в ходе включённого наблюдения за игровой деятельностью детей, показало, что на 100 речевых актов приходится до 37 высказываний, в той или иной степени категоричных. При этом 86% из них выражают категоричность по поводу действий партнёра и 14% - по поводу его слов.

Языковыми средствами, усиливающими категоричность высказываний шестилеток, являются:

- синтаксические конструкции с междометием *ну* и соответствующей интонацией; 32% категоричных высказываний от общего их количества имеют такую структуру:

Ну, Юля, не надо!; Ну, Марин!; Ну, ты!; Ну, мальчики!; Ну, хватит!;

Ну, поставь!;

- сокращённые формы имён; 27% высказываний, выражающих категоричность, имеют в своей структуре такие формы:

Ром, ты уже был!; [Чё] ты руку держишь, Тань!; Юль, не надо, слышишь?; Ну, Марин!; Вань!;

- глаголы повелительного наклонения; в 20% категоричных высказываний включены глаголы повелительного наклонения: *Сядь же!; Подвисься, ну!; Не смеись.; Это мой. Не трожь!;*

- синтаксические конструкции с местоимением *ты* и угрожающей интонацией; 11% высказываний, выражающих категоричность, выглядят так:

Подвисься, ты!; Ну, ты!; Ищи, ты!; Это ты её куда-то дела!;

- предикатив *не надо* самостоятельный или в составе синтаксической конструкции; 10% категоричных высказываний имеют в своём составе слово *не надо*:

Ну, не надо помогать!; Пряма уж и не надо!; Ну, не надо, хватит!; Вить, ну не надо!; Не надо!

Необходимо отметить, что все предложения, входящие в категоричные высказывания, имеют только восклицательную интонацию.

Языковые средства, указанные выше, могут использоваться как самостоятельно, так и в различных сочетаниях. Наиболее ультимативны, на такие конструкции:

предикатив + имя: *Тань, ну не надо!; Не надо, слышишь, Марин!;*

синтаксические конструкции + местоимение *ты*: *Слышишь, ты!; Ну, ты!*

Особый интерес представляют типичные синтаксические конструкции, присущие побудительным, запрещающим и эмоционально-оценочным высказываниям:

запреты на выполнение каких-либо действий: *Не режь. Отдай!; Не бери. Всё равно не получится; Сказано, отойди!*

запреты на невыполнение каких-либо действий: *Попробуй не сделай.; Давай вырезай, а то получишь...; Не надо, Тань! Всем трудно, давай делай;*

запреты дисциплинирующего характера: *Не кричи, а то как дам!; Ну что ты всё хватаешь? Отойди!; Мальчишкам так нельзя поступать;*

порицания и оценки: *Что ты сделал?!; Неправильно клеишь, неумеха!; У жадин всегда всё плохо получается; Ты что сидишь, лентяй?*

Распоряжения и поручения: *Не надо, Юль! Дом надо рисовать; Подожди! Здесь разукрашивай; Эу! Убери свою линейку!; Я Максиму сказал, не тебе!; Вот так держи, а ты клей.*

Требования: *Надо друзьям помогать! Вообще-то!; Быстро дай ножницы! Ну?!*

Категоричные высказывания в адрес партнера, его слов и действий особенно отчетливо проявились у девочек, категоричность поведения мальчиков чаще встречалась в виде "силовых" приемов воздействия.

Необходимо отметить типичные категоричные формы выражения несогласия или отказа в диалоге сверстников.

А: приказ (синтаксическая конструкция с глаголом повелительного наклонения).

В: (синтаксическая конструкция с просторечным междометием *прям*) (А, В – участники диалога).

Пример 1: - *Подбирай все! Прям ... - Раскомандовался!*

Пример 2: - *У меня лучше! Смотри! - Прям уж лучше!*

А: приказ (синтаксическая конструкция с глаголом повелительного наклонения).

В: (повторение высказывания партнера со словом *сам*.)

Пример 1: - *Давай, беги! - Сам беги!*

Пример 2: - *Ты тупой? - Сам тупой!*

А: (обвинение).

В: (повторение высказывания партнера с вопросительной интонацией и повышенной громкостью голоса).

Пример 1: - *Ты виноват! - Я виноват?*

Пример 2: - *Ты разбил! - Я разбил?*

Небезынтересно отметить, что такие категоричные формы диалога очень редко заканчиваются примирением. В 15% случаев партнеры прекращают общение или начинают подкреплять правоту своих слов физическими действиями.

Таким образом, основными языковыми формами проявления категоричности являются эмоционально-оценочные суждения, требования, распоряжения, запреты и отказы.

Интересно, что категоричные запреты преобладают над категоричными требованиями и распоряжениями, но количество используемых при этом синтаксических конструкций невелико по сравнению с количеством таких синтаксических конструкций, присущих категоричным требованиям и распоряжениям.

Кроме того, увеличивает эффективность воздействия на поведение партнера обращённость таких требований и распоряжений. Необходимо отметить, что в отличие от школьников и взрослых, дошкольники очень редко

используют в этом случае фамилии, чаще это усеченные формы имен: *Тань*, *Саш* или имена с просторечными суффиксами: *Вован*, *Илюха*.

Анализ речевого материала позволил выделить основные языковые параметры коммуникативной категоричности:

интонационные параметры: повышенная громкость голоса; раздражительный тон;

лексические параметры: повышенная частотность междометий: *ну*, *пря*; предикатива *не надо*; глаголов повелительного наклонения; уменьшительно-уничижительных форм имён: *Таньк*, *Сашк*; усеченных форм имен или форм с просторечными суффиксами: *Марин*, *Макс*, *Диман*, *Максюта*;

синтаксические параметры: повышенная частотность эллиптических, повелительных, эмоционально-оценочных конструкций (особенно большое количество конструкций крайней оценки).

О.В.Винокурова

Влияние социальных эмоций на общение старших дошкольников со сверстниками

Являясь регуляторами деятельности, эмоции играют важную роль в общении. Эту связь можно уже проследить в дошкольном возрасте, особенно в общении со сверстниками. По определению Е.О.Смирновой, яркое отличие общения сверстников заключается в его чрезвычайной эмоциональной насыщенности. А.Г.Рузская, Л.П.Буева и другие детские психологи подчеркивают, что общение дошкольника со сверстниками не может осуществляться только на рациональной основе, дети непременно включают в общение всю гамму человеческих чувств и страстей, а «благодаря эмоциональному контакту у ребенка возникает чувство комфорта, общности с другими детьми», что немаловажно для установления доброжелательных взаимоотношений между ними.

Как показывают исследования Р.С.Буре, Я.З.Неверович, А.В.Петровского, В.К.Котырло дружеские, доброжелательные, гуманные отношения, складывающиеся в общении старших дошкольников друг с другом, формируются и развиваются на основе определенного уровня развития так называемых социальных эмоций ребенка.

Ряд авторов (Л.И.Божович, В.К.Котырло, Д.Б.Эльконин) в своих исследованиях указывают на то, что социальные эмоции играют огромную роль в овладении старшими дошкольниками правилами взаимоотношений со сверстниками, что формирование и развитие детских взаимоотношений находится в прямой зависимости от усвоения ими моральных правил, в основе которых лежит механизм нормальной регуляции.

В ряде современных исследований показано, что высокий уровень развития социальных эмоций у старших дошкольников положительно коррелирует с лидирующим положением ребенка в группе детского сада (С.Т.Дмитриева). Установлено, что социальные эмоции прямо влияют на

характер общения дошкольников со сверстниками (Рябонеделя Н.Н.), поэтому этот вид эмоций позволяет облегчить не только процесс вхождения ребенка в общество, но и процесс осознания им себя, своих отношений с другими людьми, лучше оценивать свои переживания и выразить их в приемлемой для данного общества форме.

1. Развитие общения дошкольников со сверстниками. Под ред. А.Г.Рузской., М. 1989.
2. Развитие социальных эмоций у детей дошкольного возраста. Под ред. А.В.Запорожца, М. 1986

А.А.Долгова

Учебно-игровая деятельность и общение старших дошкольников со сверстниками

Отношения дошкольника со сверстниками – особая сфера его жизнедеятельности. Опыт этих отношений влияет как на развитие ребенка в целом, так и определенных его качеств, в том числе и коммуникативных. В отношениях со сверстниками ребенок познает, выражает и утверждает себя, но в то же время и учится понимать другого ребенка, считаться с его интересами и потребностями.

Общение дошкольников со сверстниками во многом отличается от общения со взрослыми. Так, внеситуативно-деловая форма общения, появляясь к 6-7 годам лишь у небольшого количества детей, к концу дошкольного возраста получает заметное развитие. Усложнение игровой деятельности способствует необходимости заранее планировать свою деятельность, договариваться друг с другом, т.е. сотрудничать.

Изменяется ведущий мотив общения. Внеситуативно-деловая форма общения создает у ребенка умение видеть в партнере по общению самоценную личность, понимать его, и в то же время дает возможность уточнить представления о самом себе.

Исследования Рузской А.Г., Исмаиловой Д.А. показывают, что хотя дети и любят общаться со сверстниками, содержание их общения оказывается весьма скудным. Педагог может влиять на данный процесс. По нашему мнению, необходимо чаще использовать дидактические игры, которые не только формируют переход от чисто игровой деятельности дошкольника к учебной деятельности школьника, но и способствуют развитию общения со сверстниками. Посредством игры ребенок глубже ориентируется в основных жизненных проявлениях людей, в социальных отношениях. В играх дети учатся оценивать самих себя, свои собственные действия и их результаты с точки зрения определенных правил игры. Они учатся глубже вникать в сущность функциональных отношений, овладевать языком, чем достигают более высокой стадии коммуникативных умений. Прогресс во всех этих областях, которому способствует размах игровой деятельности, формирует

предпосылки для того, чтобы поступление ребенка в школу и связанный с этим переход к новому ведущему типу его деятельности произошли без кризисов и конфликтов.

Общение и игра дошкольников очень тесно связаны. Формируя внеситуативное общение ребенка, мы совершенствуем его учебно-игровую деятельность. Организуя дидактические игры, мы решаем задачи развития общения со сверстниками. Поэтому с первых дней посещения ребенком дошкольного учреждения необходимо включать в педагогический процесс совместные игры, которые помогут воспитателю сблизить детей, обогатят их новыми впечатлениями.

1. Смирнова Е.О., Калягина Е.В. Отношение популярных и непопулярных дошкольников к сверстникам // Вопросы психологии, 1998, №3, с.50-51.

Н.Е.Жукова

Возрастные особенности развития диалогической речи дошкольника

Общение стимулирует развитие новых, более сложных и совершенных форм речи. В дошкольном возрасте это путь от ситуативной к контекстной и объяснительной формам речи.

Для того, чтобы быть адекватным средством общения, речь в разных условиях должна удовлетворять разным требованиям и выражаться различными средствами. Основным средством общения и формирования различных уровней речевого развития является диалог. Это наиболее естественная форма речи ребенка-дошкольника. Развитие и совершенствование диалога в дошкольном детстве позволяет сделать общение дошкольника более полноценным и познавательным.

По мере обогащения детского опыта, расширения социального общения, совершенствования мыслительных процессов речь от ситуативной переходит на качественно новый уровень – на уровень речи контекстной.

Поставленный в новые условия, ребенок вынужден искать новые формы речи. В среднем и старшем дошкольном возрасте ребенок широко пользуется контекстной диалогической речью. Потребность быть понятым, услышанным сверстниками, получить ответ, утвердиться в коллективе заставляет ребенка более полно и активно использовать различные речевые средства для связного и четкого выражения своих мыслей, намерений и желаний.

Наблюдения за общением взрослых и детей показывают, что ребенок в среднем и старшем дошкольном возрасте ищет уже не столько понимания, сколько помощи в выборе новых языковых средств. Мы полагаем, что именно диалог-контекст в виде развернутой беседы позволяет ребенку перейти от созерцательной к познавательной и логической форме речи.

Вопросно-ответная форма речи облегчает усвоение речи объяснительной. Рассуждения у старших дошкольников рождаются именно в диалоге.

А.М.Леушина указывала, что диалог помогает как бы препарировать познавательный материал, проводить его анализ. Задавая вопросы, направляя течение мысли, собеседник помогает ребенку анализировать языковой материал и решать интеллектуальные задачи, с которыми ребенку трудно справиться самостоятельно.

Анализ детских рассуждений показывает, что структуру речи-доказательства как новую модель в общении дошкольника помогает усвоить именно диалог. Таким образом, возрастные особенности развития диалогической речи у дошкольника неразрывно связаны с все усложняющимися функциями общения.

1. Леушина А.М. Развитие связной речи у дошкольника. Ученые записки ЛГПИ им. А.И.Герцена –Л., 1941, с. 21-72.
2. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. В 2 т.-Гл. Развитие связной речи.-М.,1989.-Т.1.

Л.Г Горькова

Игры-драматизации и детская агрессия

С художественными произведениями дети знакомятся с первых дней жизни, испытывая положительные эмоции, узнавая новое об окружающем мире, о способностях общения героев. С двухлетнего возраста ребенок начинает дифференцировать положительных и отрицательных героев, которые становятся носителем образов поведения или объектом осуждения. Так, например, маленькие дети считают волка "злым" и "плохим", так как он обижает зверушек; медведя - "страшным", но "хорошим", так как он неуклюжий и нечаянно все ломает; лису - "хитрой" и "красивой" и готовы простить ей все.

В играх-драматизациях по мотивам детских художественных произведений и прежде всего – сказок дети младшего и среднего дошкольного возраста дети соглашаются выполнять любые роли: зайчика, ежика, волка, лисички. Они с удовольствием пытаются передать характер персонажей образными жестами, мимикой и выразительной речью.

Начиная со старшей группы (5 лет), дети дошкольного возраста более строго подходят к оценке действий героев и более решительно выражают свое отношение к ним. У пятилетних детей еще окончательно не сформировано представление о том, что хорошо, а что плохо, но, как и у взрослого человека, есть стремление усовершенствовать ситуацию, навести интерактивный порядок. Поэтому так охотно они придумывают другой конец сказки или пытаются изменить сюжетную линию, так как происходящие события в сказке не всегда нравятся детям. Большинство детей часто делает героев добрее, вежливей.

Однако на протяжении последних двух десятилетий у отдельных детей в ходе игр-драматизаций стала проявляться некоторая агрессия, выражающаяся

в использовании циничных слов, соответствующих жестов и рукоприкладства по самым незначительным поводам. У них стало проявляться настойчивое желание "покрепче наказать", "дать сдачи" отрицательному герою, чтобы он тоже страдал. Они пытаются зло уравновесить злом. И такая тенденция принимает все более масштабный характер.

К сожалению, в сказках, рассказах нередко встречаются подобные развязки. В связи с этим целесообразно более тщательно подходить в отборе детских художественных произведений, которые призваны формировать у детей нравственные качества, воспитывать гуманные чувства, умение мирно разрешать конфликтные ситуации. Воспитать личность можно только на хороших примерах, достойных подражания. Необходимо подбирать для работы с детьми такие художественные произведения, использование которых в играх-драматизациях формирует вежливое, культурное, доброжелательное, неагрессивное общение.

Н.А.Лемяскина

Коммуникативная категоричность первоклассника

При исследовании категоричности младшего школьника как одного из параметров его коммуникативного поведения с помощью анкетирования детей и их родителей и включенного наблюдения ставилась задача выявить степень категоричности первоклассников с различными типами собеседников, а также формы и причины ее проявления.

В результате были получены следующие данные. Первоклассники (по словам родителей) чаще всего категоричны с мамой (отмечают 34% опрошенных), бабушкой (22%), старшим братом (15%), папой (5%), 12% родителей затруднились ответить на этот вопрос. 46% опрошенных отмечает, что категоричность проявляется в речи: *не буду (10%), не хочу (10 %), отстань; я сказал, сейчас получишь (брату); а я сделаю так; а я думаю по-другому; уйди из моей комнаты; отдай, я сама; дура*; 54% отмечают, что наблюдают категоричность в поведении детей.

Первоклассники (это отмечают 76% опрошенных детей) довольно часто спорят со взрослыми. На вопрос: "С кем из взрослых ты чаще всего споришь" 34% детей отмечает, что часто спорят с бабушкой, 33% - с мамой, 24% - со старшим братом, 19% - с папой, 14% - с дедушкой, 10% - со старшей сестрой.

В споре большинство детей данного возраста (по мнению 73% опрошенных родителей и результатам наблюдения) эмоциональны. Это выражается как в речи (что констатирует 64% родителей): *повелительный, разоражительный тон, повышенная громкость голоса: не хочу, не буду (плач), я так считаю; я точно знаю; не заставляйте меня; я уверена; нет, так; мне так удобней*; и поведении (22%): *начинает плакать, машет руками, применяет силу, выражение лица гневное*.

Главные причины спора со взрослыми (по словам детей): *учеба, уроки (как сделать уроки, плохо выучила уроки) - 48%, еда (не хочу есть) - 10%; игры, игрушки (как играть в игру) - 10%, одежда - 5%, увлечения (о крючках к*

удочке, цветах, музыке) - 5%, **домашняя работа** (уборка своих вещей, комнаты); **поведение** (несогласия по режиму, по просмотру телевизора: не разрешают включать боевик, фантастику), **политика**.

Большинство (62% опрошенных детей) часто спорят и с друзьями: **об играх, игрушках**: (о покероне, о сего, с кем играть, о деталях для шалаша, о футболе, о делах для команды), **о лидерстве** (кто будет командовать игрой), **об увлечениях** (книжках, машинах), **о домашних животных** (котятках), **о деньгах, о школе**, 22% детей отвечали: не спорю. В споре наиболее часто используют следующие слова и выражения: *ты не прав; я старше и буду командовать; а я все равно буду водить; нет, я прав; да, да, да; давай посчитаемся, могу доказать, сейчас дам*, что также демонстрирует высокую степень категоричности младших школьников с окружающими.

Интересно, что 50% детей отмечают, что они довольно часто соглашаются со взрослыми, 40% - что соглашаются иногда: из них 70% соглашаются с мамой, 53% - с папой, 43% - с учителем, 40% - с бабушкой, 30% с дедушкой. Мотивы согласия, по мнению детей, таковы: потому что *они старше (37%), правы (30%), лучшие знают (7%), нас учат (7%), умные (4%), люблю ее (4%), она мама (4%)*. 30% опрошенных детей утверждают, что часто соглашаются с друзьями; 60% - иногда; потому что *он друг (27%), мы дружим, другу надо уступить, они правы, просто он мой друг (подруга)*.

Таким образом, исследование показывает, что категоричность первоклассника в общении с окружающими проявляется как в речи (раздражительный тон, повышенная громкость голоса, использование глаголов повелительного наклонения, глаголов с частицей *не*, междометия *ну*, инвектив), так и в поведении (гневное выражение лица, энергичная жестикуляция, применение силы). Причем отмечается высокая степень категоричности и при общении с родными, и при общении со сверстниками.

Однако при опросе родителей и детей отсутствует указание на категоричность детей в общении с учителем; младшие школьники (как отмечает 43% опрошенных детей) с учителем чаще всего соглашаются. Причины данного явления, вероятно, в том, что коммуникативное поведение учителя для большинства из них (для 82%) является идеалом.

Т.А Мякотина

Особенности коммуникативного поведения учащихся 7-х классов

Об учащихся 7 - 8-х классов обычно говорят: " Уже не дети, но еще не взрослые". Этот трудный переходный возраст, период психологического и физического взросления каждый переживает по-разному: одни замыкаются в себе, другие принимают "оборонительную" позицию, третьи – "лезут на рожон", и это только потому, что взрослые настолько заняты "формированием" подростка, что им не удается заметить, что этот подросток уже до определенной степени сформирован, что он уже личность.

Рассмотрим основные черты коммуникативного поведения семиклассника, характеризующие его как частично сложившуюся коммуникативную личность.

Проведенное исследование показывает, что семиклассники, зная формулы речевого общения и понимая, для чего они нужны, предпочитают при просьбе использовать психологическое давление (уверять собеседника, что в другой раз ему будет оказана услуга или "шантажировать" собеседника, зная его слабые стороны).

Многие подростки, сознательно игнорируя формулы речевого этикета, стараются, как им кажется, быть независимыми и свободными. На вопрос "Какие слова ты используешь, чтобы кого-то похвалить?", учащимися были названы: "круто, чувак", "ну ты, блин, даешь", "Ё, клево", "ну ты монстр", "ништяк, пельмень", "вау, классно", "отпад, баклан", "улет". Это свидетельствует о желании подростков модернизировать коммуникативные стандартные нормы, отказываясь от традиционной похвалы.

В общении со сверстниками у подростков табу практически не существует. Они говорят на любые темы, используя и нецензурную лексику. Подавляющее большинство опрошенных семиклассников на вопрос об употреблении ими ненормативной лексики ответило: "Я не могу без этого обходиться". Самые распространенные негативные характеристики человека: "лох", "отморозок", "упырь", "баклан", "тормоз", "дятел", "даун", "долбач".

Проведенный опрос показывает, что для подростков образцом для подражания, коммуникативным идеалом является не учитель, не родители, а телекумиры. Учащиеся копируют невербальное и коммуникативное поведение популярных певцов, ведущих молодежных передач (Фоменко, Шелест и др.), экранных героев (Бивис и Батхед).

Интересной особенностью коммуникативного поведения семиклассника является широкое использование им устойчивых речевых клише, популярных в его возрастной среде. По нашим данным, основные из них таковы:

- Улыбайтесь, это всех раздражает. (В.Стрельников – MTV).
- До-з-з-виданья! (В.Стрельников – MTV).
- Подождем твою маму? (Песня Игорька). Баклан, пельмень, упырь. (Бивис и Батхед – MTV).
- Я сошла с ума. (Песня группы "ТАТУ").
- Моя попытка номер пять. (Песня группы "Виа гра").
- Элементарно, Ватсон! (Шерлок Холмс).
- Может тебе еще и ключ от квартиры, где деньги лежат? (Остап Бендер).
- Хочешь сладких апельсинов? (Песня Земфиры).
- У нас фиеста! (Реклама)
- А мужики-то не знают! (Реклама).
- Вопросов больше не имею. (Песня группы "Дисотека авария").
- Твоя любимая педаль – тормоз.

Исследование показывает, что у семиклассников существует выраженная потребность нарушать коммуникативные табу при общении со взрослыми, чтобы посмотреть на реакцию взрослого. Как правило, это проявляется на

уроках. Подростки, используя любую возможность, переводят тему в свое русло, отпуская остроты на излюбленные темы (секс, половое созревание, курение, наркотики и т.п.). Задача учителя – выбрать правильную коммуникативную стратегию, обеспечивающую эффективное общение при ведении диалога с подростком.

Если учитель будет изучать и учитывать коммуникативные особенности подростка, то снизится конфликтность в общении с детьми.

Изучение коммуникативного мышления и поведения ребенка – задача, решение которой позволит разработать эффективные методы речевого воздействия на подростка.

Е.И.Гришук

“Воспитанность”, “культурность”, “интеллигентность” в сознании старшеклассников

Педагогическое общение в условиях современной школы не может обойтись без таких слов, как воспитанность, культурность, интеллигентность. Как показывают опросы, они часто используются в речи учителей.

Слова эти семантически связаны друг с другом в языковом сознании человека. Это отмечают подростки: “эти слова связаны между собой”, “имеют что-то общее”, “по отдельности существовать не могут” и т.д. В то же время старшеклассники отмечают, что у каждого из этих слов есть свои оттенки значения, “у каждого свой глубокий смысл”, “они дополняют друг друга”.

Каковы же те оттенки значений, которые, по мнению старшеклассников, различают слова *воспитанность*, *культурность*, *интеллигентность*? Что общего, объединяющего их в одну семантическую группу, видят в них подростки?

Было опрошено около 200 старшеклассников школ г. Воронежа. Им было предложено закончить предложения:

Интеллигентность – это..., Воспитанность – это..., Культурность – это... Одновременно надо было дать свои субъективные дефиниции близким по значению словам, что предопределяло необходимость сравнивать их, выделяя общие признаки и отличительные оттенки значения.

Для всех трех слов были отмечены такие смыслы как “хорошее образование”, “соблюдает правила этикета, поведения”. Общим для всех трех слов стал такой компонент значения, как “хорошее воспитание”. Дифференциальными смыслами этих слов, по результатам исследования, для детей являются следующие:

для слова “интеллигентный” – высокие умственные способности, интеллект;

для слова “культурный” – художественно образованный, просвещенность в области культуры, проявление интереса к искусству, театру; знание культуры

страны или нескольких стран, соблюдение культуры народа, культурных обычаев;

для слова “воспитанный” – адекватное поведение в обществе, знает нормы и правила поведения, но не обязательно следует им, знает, как подобает вести себя интеллигентному человеку .

Старшеклассники, когда дают субъективные дефиниции абстрактным словам, часто просто описывают человека культурного, воспитанного, интеллигентного. Кстати, большинство словарных дефиниций в толковых словарях русского языка тоже базируются на обозначении свойства, отталкиваются от значения имен прилагательных.

Обобщение материала, полученного в результате проведения эксперимента, позволяет дать следующие толкования содержанию значений исследуемых слов в коммуникативном сознании старшеклассников:

Воспитанный человек знает нормы поведения, правила этикета, ведет себя, следуя им (отметили 30 человек); проявляет уважение к людям, отличающимся по полу, возрасту: здоровается со старшими, дамам место уступает, руку подает; вежливый с посторонними людьми старше себя по возрасту (12 ии), образованный (3), умный (2), владеет хорошей речью(2), всем помогает (2). 41 ии отметили, что воспитанность зависит от окружающих людей, приобретается с детства.

Культурный человек умеет вести себя в обществе, соблюдая правила этикета (30), воспитанный (15), вежливый (11), образованный (8), хорошо говорит (8), знает культуру своего народа (5), интеллигентный (3), эрудированный (2). Большая часть опрошенных отметила, что культурных людей мало, это зависит от образования и воспитания, получаемого с детства.

Интеллигентный человек – соблюдает правила этикета (46), хорошо образован (15), умеет выразить свои мысли, красиво говорит, владеет культурной речью (11), со вкусом одевается (11), умный, эрудированный (11), воспитанный (7), культурный (7), вежливый(7), честный (5), порядочный (5), сдержанный (3), добрый (2). Мало о ком можно сказать, что он интеллигентный человек - так считает большинство опрошенных, относясь к интеллигентности как к совокупности идеальных качеств у идеального человека.

Национальные особенности общения

И.А.Стернин

О понятии коммуникативного сознания

Коммуникативное сознание (мышление) представляет собой часть мышления, обеспечивающую в полном объеме коммуникативную деятельность личности.

Термины *сознание* и *мышление* мы применительно к исследуемому феномену не разграничиваем, употребляя их как синонимы, отмечая, тем не менее, что термин *сознание* акцентирует статический аспект явления, а термин *мышление* – динамический. Сознание – это свойство мозга, мышление – это деятельность мозга, наделенного сознанием (то есть мыслительная деятельность).

В литературе выделяют, абстрактное, конкретное, чувственно-наглядное, предметное, бытовое, научное, творческое, политическое и мн. др. виды мышления, коммуникативное мышление выступает как один из этих видов. Между разными видами мышления нет четкой грани, они взаимно пересекаются и накладываются друг на друга в конкретных актах мыслительной деятельности человека, но в научных интересах отдельные виды мышления могут быть вычленены как предмет исследования и изучены отдельно.

Изучение коммуникативного мышления, в частности, предполагает:

- изучение механизмов, регулирующих и обеспечивающих порождение и восприятия речи:

- выявление и изучение категорий коммуникативного мышления, их содержания, социальной, возрастной, гендерной и национальной специфики.

Под коммуникативными категориями предлагается понимать наиболее общие понятия, упорядочивающие знания человека об общении и нормах его осуществления; в качестве таких категорий могут быть выделены по крайней мере такие как вежливость, толерантность, коммуникативный идеал, коммуникативная ответственность, коммуникативная неприкосновенность, хорошая речь, плохая речь, родной язык, иностранный язык, языковой паспорт, общение, спор, грамотность;

- изучение коммуникативных концептов сознания, их содержания, социальной, возрастной, гендерной и национальной специфики, роли в мышлении и коммуникативном поведении народа.

Коммуникативные концепты – это коммуникативные понятия (более низкие по уровню абстракции, чем коммуникативные категории), которые существуют в коммуникативном мышлении человека, определяют его коммуникативную деятельность и обобщаются определенными коммуникативными категориями (например, *монолог, диалог, текст, разговор, брань, громкость, темп речи, правильная речь, выразительная речь, логичная речь, точная речь, чистая речь, богатая, выразительная, уместная речь* и др.);

- выявление ментальных коммуникативных установок, обуславливающих коммуникативное поведение социальной, профессиональной, возрастной группы или нации в целом в стандартных коммуникативных ситуациях и коммуникативных сферах.

Выявление таких коммуникативных установок возможно через изучение и описание коммуникативного поведения. Примерами таких установок являются, к примеру, многие коммуникативные стереотипы, зафиксированные в поговорках и пословицах (яйца курицу не учат, смех без причины – признак дурачины, коротко и ясно, брань на воротах не виснет и

т.д.), а также многочисленные установки и стереотипы, фиксируемые только в процессе анализа коммуникативного поведения (через порог не разговаривают, до собеседника можно дотрагиваться, слабое рукопожатие — признак нерешительности, чем ближе к собеседнику, тем эффективнее речевое воздействие на него и т.д.).

Наблюдается значительная национальная специфика коммуникативного мышления различных социальных групп и народа в целом. Так, в русском коммуникативном мышлении слабо представлена категория коммуникативной ответственности: русское сознание слабо ориентирует носителя русского языка на контроль за соблюдением коммуникативных и речевых норм, на внимание к собственной правильной и культурной речи (опрос 500 воронежцев по телефону, проведенный Е.В.Масловой, показал, что только сорока процентам носителям русского языка приятно, когда говорят культурно — для других это несущественно; только 32 процента опрошенных ответили, что всегда стараются соблюдать речевые нормы, причем две трети из них оказались женщинами).

Категория толерантности практически не представлена в русском коммуникативном сознании, категория вежливости представлена дихотомией, основным маркированным элементом которой является *грубость*, *некультурность* (вежливость понимается преимущественно как отсутствие грубости, некультурности), коммуникативный идеал основан преимущественно на понятии "внимательный слушатель", а не на понятии о хорошей речи или высоких коммуникативных качествах речи. Категория коммуникативной неприкосновенности выражена слабо — русское коммуникативное мышление допускает в широких пределах вторжение в коммуникативное пространство другой личности — и в физическом смысле (дистанция, прикосновение, физический контакт), и в тематическом плане (в общении могут быть затронуты глубоко личные вопросы).

Категория *грамотность* не относится к разряду ярких и приоритетных в сознании русского человека, категория *спор* содержит положительно-оценочный знак. Категория *родной язык* не предполагает яркого положительно-оценочного отношения к своему родному языку, нет традиции положительно оценивать людей за хорошее владение своим родным языком, нет установки на совершенствование знаний в области родного языка в течение всей жизни, существует «простительное», добродушно-ироническое отношение к своей языковой безграмотности, нежелание прилагать усилия для того, чтобы узнать, как правильно произносится то или иное слово, нежелание пользоваться словарями, прилагать усилия для совершенствования полученных в школе языковых знаний. Существует установка сознания на неизменность речевой культуры человека от рождения — «Мы всегда так говорили, так и будем говорить», установка на невозможность коррекции знаний в области родного языка в зрелом возрасте («поздно нас переучивать уже»).

Категория *иностраный язык* в русском коммуникативном сознании представлена исключительно позитивно — иностранный язык надо знать, надо прилагать усилия для его изучения, изучение иностранного языка оправдывает

все затраты, иностранный язык нужен для жизни, знание иностранного языка полезно, высоко оцениваются люди, владеющие иностранными языками.

Для англосаксонского коммуникативного мышления гораздо более ярко выражены категории коммуникативной ответственности и коммуникативной неприкосновенности, есть сформированная категория толерантности, а категория вежливости и коммуникативного идеала основаны на концепте *privacy* – "неприкосновенность личности". Категория *спор* имеет преимущественно неодобительно-оценочный характер, категория *родной язык* включает положительное отношение к высокому уровню владения своим родным языком, а категория *иностраннй язык*, наоборот, выражена слабо и не имеет таких положительных коннотаций, как в русском коммуникативном мышлении. Категории *грамотность*, *языковой паспорт* обладают большой яркостью, особенно в английском коммуникативном мышлении, где языковой паспорт считается признаком социального статуса человека.

Специфика коммуникативного мышления народа (как впрочем и любой группы, а также отдельной личности) выявляется и на уровне коммуникативных концептов. Различия обнаруживаются в понимании содержания и объема таких понятий как *диалог*, *монолог*, *разговор*, *брань*, *правильность речи* и др.

Отметим, что при изучении коммуникативного мышления анализ коммуникативных категорий и концептов может проводиться на двух уровнях – содержательном и бытийном. Содержательный анализ предполагает выявление структуры концепта как элемента концептосферы, его связей с другими концептами в сознании человека. Бытийный анализ предполагает изучение отношения национального сознания к концепту и реальной роли концепта в обусловленном данным концептом поведении людей. Концепт может содержательно присутствовать в концептосфере народа, но народ может не руководствоваться им в практическом поведении. Например, концепты свобода и демократия есть в русском сознании, но эти концепты практически не обуславливают поведение народа в духе свободы и демократии на бытовом уровне. «Мостик» между содержанием концепта и его бытийным воплощением в реальном поведении людей – интерпретационное поле концепта, содержащее поведенческие установки, выводимые сознанием из содержания концепта. Данное поле у многих концептов включает противоречивые установки, в соответствии с которыми отдельные личности и строят свое поведение, черпая в качестве руководства к действию те или иные установки в соответствии со своими потребностями, целями, личной культурой.

Ср. установки интерпретационного поля концепта брань в русском языке, представленные в пословицах:

с одной стороны - *шумом праву не быть, бранью праву не быть, худое слово доведет до дела злого, недоброе слово что огонь жжет*, в спорах да вздорах пути не бывает, кто ругается, у того лошадь спотыкается, бранить - себя тешить, глоткой не много навоюешь, горлом не возьмешь, бранью не выпросишь;

с другой стороны - брань на вороту не виснет, брань не дым, глаза нее ест, брань очей не выест, брань в боку не болит, брань не киснет, ветер носит, брань не запас, а без нее ни на час, не выругавшись, дело не сделаешь, не обругавшись, и замка в клетки не откроешь, поругаться - душу отвести, податься - сердце вытрясти.

Существенно различается коммуникативное мышление людей различного возраста, пола, социального положения, различных профессиональных групп, что также требует изучения.

Изучение становления коммуникативного мышления личности, его формирования в онто- и филогенезе представляет большой теоретический и культурный интерес, а также имеет большое значение для разработки методов формирования адекватного коммуникативного мышления личности в процессе ее обучения и воспитания.

В. А.Тарабрина

О несовпадениях в коммуникативном поведении разных народов

Совокупность особенностей общения людей какой-либо национальности называется *коммуникативным поведением* народа. Коммуникативное поведение включает *нормы* общения (обязательные для соблюдения правила) и *традиции общения* (правила, которые принято выполнять в обществе, хотя и не обязательно).

Многие невербальные сигналы национальны или имеют разное значение у разных народов. Так, американский знак «о-кей» (кольцо из пальцев руки) возник в начале 19-го века и распространился в большинстве стран мира. Однако, во Франции он обозначает «ноль» или «ничего», в Японии - «деньги», на острове Мальта - кто-то «навеселе», а в некоторых странах Средиземноморского бассейна этот жест используется для обозначения гомосексуальности мужчины. Поднятый вверх большой палец в Америке, Англии, Австралии и Новой Зеландии имеет три значения:

- используется при «голосовании» на дороге, в попытках поймать попутную машину;

- в значении «все в порядке, все отлично» (в этом значении жест встречается у многих народов);

- когда большой палец резко выбрасывается вверх, это становится оскорбительным знаком, обозначающим нецензурное ругательство.

Однако в некоторых странах, например, в Греции этот жест означает «заткнись»; у итальянцев и немцев - это цифра «1» (когда считают на пальцах, а у американцев - это цифра «5»).

V-образный знак очень популярен в Великобритании и Австралии и имеет оскорбительную интерпретацию. Во время второй мировой войны У.Черчилль придумал знак «V» для обозначения победы («Victory»), но для этого жеста рука повернута тыльной стороной к говорящему. Если при выполнении

данного жеста рука повернута ладонью к говорящему, то жест в английском коммуникативном поведении приобретает грубое, оскорбительное значение. В большинстве стран Европы, однако, V - жест в любом случае означает «победа». У многих народов этот знак означает также цифру «2».

Различия в вербальном коммуникативном поведении могут приобрести особую важность при встрече представителей разных культур на переговорах и в условиях межличностных деловых контактов. Шведский исследователь К.Йонсон отмечает, что при совпадении интересов сторон, при сотрудничестве представителей разных национальностей их национальные различия не замечаются, но стоит возникнуть конфликту, как они начинают играть важную роль.

Незнание национальных особенностей коммуникативного поведения может привести к непониманию, к серьезным ошибкам в восприятии разных ситуаций, к неверному пониманию мотивов людей. и наоборот – знание этих особенностей позволяет значительно повысить эффективность общения.

К примеру, Важнейшей особенностью коммуникативного поведения англичан является умение терпеливо, молча выслушивать собеседника, не возражая ему. Английские традиции предписывают сдержанность в словах и суждениях как знак уважения к собеседнику, который в праве придерживаться такого мнения. Им присуща склонность избегать категоричных утверждений или отрицаний, они относятся к словам «да» и «нет», словно к неким понятиям, которые лучше выражать иносказательно.

Русский, привыкший считать, что «молчание знак согласия», часто ошибочно полагает, что убедил англичанина в своей правоте. Однако, умение терпеливо выслушивать собеседника, не возражая ему, вовсе не значит в Британии разделять его мнение. Англичанам свойственно немногословие, сдержанность и высокий самоконтроль в общении. Они не боятся молчать даже в деловом разговоре. Наоборот, грубым поведением считается, когда человек слишком много говорит, т.е., по мнению британцев, навязывает себя другим.

Если в Англии искусство разговора часто сводится к умению молчать, то во Франции молчащий в разговоре - редкость. Французскому коммуникативному поведению свойственны открытая приветливость, быстрота ведения беседы, склонность обращаться с вопросами к незнакомым.

Рисуя коммуникативный портрет жителя Германии, необходимо отметить, что это вежливый, сдержанный человек, который соблюдает нормы речевого этикета. Однако на отдыхе, в компании немцы часто ведут себя очень шумно. Любят поговорить о еде и деньгах. Уважение немецких коллег можно завоевать только пунктуальностью. В Германии, как ни в какой другой стране, принято рукопожатие. Даже с одним и тем же человеком можно обменяться рукопожатием несколько раз в день. В общении развито чинопочитание. У немцев достаточно большая дистанция общения, они не любят вступать в разговор с незнакомыми людьми, но даже в общении со знакомыми наблюдается дистанционность общения.

В японском коммуникативном поведении не принято рукопожатие, а важнейшим элементом правил хорошего тона являются поклоны: причем чем больше почтения оказывают собеседнику, тем больше поклонов.

В отличие от многих других стран, в Японии считают установление деловых контактов путем переписки и телефонного общения малозффективным.

В ходе переговоров с японскими коллегами трудно обойтись без возникающих пауз и молчания. Не следует пытаться дополнить эту паузу. Такая ситуация нормальна, обычно после взаимного молчания беседа становится плодотворной.

Американский антрополог Г. Феррари подразделяет все существующие общества на коллективистские и индивидуалистские. По его классификации, эти общества отличаются системой ценностей, и тем, как человек осознает себя в обществе. Им подробно описано американское общество как пример индивидуалистской культуры. В качестве примеров коллективистских культур он рассматривает восточные культуры. Анализ коммуникативного поведения этих народов подтверждает наблюдение Г. Феррари.

С. Н. Кучеренко

Особенности русского и американского диалогического коммуникативного поведения

Как в русской, так и в американской коммуникативной традиции наблюдается такое явление как “ответ не на вопрос”.

Например:

- | | |
|---|---|
| - Кто такая Маша? | - <i>Ты ее не знаешь.</i> |
| - Why are you going
around the back? | - <i>You have to go around to the other doors.
Keep your shirt on, kid.</i> |

Несмотря на ряд признаков, характерных для ответных реплик такого типа как в русском, так и в английском языках, существуют и определенные национальные особенности.

Так, только в русской коммуникативной традиции мы зафиксировали такое явление как “псевдоответ”, т. е. присутствие ответной реплики, формально соответствующей вопросной, но без сообщения запрашиваемой информации:

- Почему ты не хочешь отвечать?
- *По кочану/ Потому, что “почему” заканчивается на “у” и т. д.*

В русской коммуникативной традиции подобные шуточные ответы настолько часты, что они уже воспринимаются как своеобразные языковые и речевые клише. Такие ответные реплики часто свидетельствуют о нежелании собеседника продолжать разговор по тем или иным причинам, нередко воспринимаются как грубые. На основе проанализированного нами материала

(два миллиона словоупотреблений) мы не можем пока говорить о наличии подобного же явления в американской коммуникативной культуре.

Проводимый нами анализ также показывает, что русские чаще, чем американцы, склонны сообщать собеседнику незапрашиваемую информацию наряду с запрашиваемой (просто так, а вдруг она пригодится собеседнику), а также “заговаривать зубы” в случае невозможности точно ответить на заданный вопрос.

- Когда Вы сможете закончить диссертацию?
- *Ну, зачем же ставить вопрос таким образом? Надо бы сначала выяснить есть ли у меня для этого достаточно времени (УР)*

И.В.Фомина

Национальная специфика супермногочленной синонимической номинации в русском и английском языках

Основной задачей проводимого исследования является анализ супермногочленной синонимической номинации в русском и английском языках. Исследование проводится на материале супермногочленных синонимических рядов основных частей речи (глаголов, существительных и прилагательных).

Понятие супермногочленного синонимического ряда базируется на понятии об оперативной памяти. Супермногочленным считается синонимический ряд, если количество компонентов в нем превышает 9 (оперативная память человека - 7 ± 2 единицы). Изучение супермногочленных синонимических рядов представляет интерес с точки зрения речевой номинации, так как выбор конкретных единиц из этого ряда в каждом номинативном акте превышает объем оперативной памяти, следовательно, выбор единиц в акте номинации требует обращения к долговременной памяти, что должно иметь определенные причины и требует объяснения.

Выдвигается гипотеза, что наличие супермногочленных синонимических рядов в системе языка может быть объяснено некоторыми когнитивными причинами. Языковое мышление народа сочло необходимым создать большое число лексических номинаций, дифференцирующих для коммуникации определенные концепты, и эти дифференциации были признаны когнитивно значимыми для национального сознания в силу тех или иных причин. Анализ этих номинаций и причин их возникновения в различных языках является предметом нашего исследования. Мы ставим задачи выявить те концепты, которые данный народ счел заслуживающими детальной дифференцированной номинации, а также выявить те когнитивные признаки, которые тот или иной народ счет существенными для образования дифференцированных номинаций.

Национальная специфика значения единицы какого-либо языка выявляется только при сопоставлении с конкретным другим языком и является таковой только по отношению к данному конкретному языку.

С целью исследования национальной специфики супермногочленной синонимической номинации в русском и английском языках нами были исследованы наиболее авторитетные лексикографические источники литературного русского и литературного английского языков и по их данным были выявлены супермногочленные синонимические ряды в соответствующих языках.

Для выявления компонентов значений слов в супермногочленных синонимических рядах как русского, так и английского языков нами был проведен полный компонентный анализ каждой единицы ряда по методике К.Флекенштейн и И.А.Стернина (К.Флекенштейн, И.А.Стернин. Практикум по лексикологии современного русского языка. Галле, 1989г.)

Путем сплошной выборки из словаря синонимов русского языка под редакцией А.П.Евгеньевой и фразеологического словаря русского языка под редакцией А.И.Молоткова нами было выявлено 62 супермногочленных синонимических ряда в современном русском языке. Из них глаголам принадлежит 41 ряд, существительным – 12, а прилагательным – 9. Значение каждого отдельного слова определялось по словарю русского языка в 4-х томах под редакцией А.П.Евгеньевой и словарю русского языка С.И.Ожегова.

Выявлено 10 супермногочленных синонимических рядов глаголов по 10-11 компонентов в каждом, 15 рядов по 12-15 компонентов и 16 рядов, включающих 16 компонентов и более каждый.

Глаголами-синонимами в количестве более 9 в каждом отдельном ряду описывается 19 смысловых областей: «Чувства, ощущения», «Соккрытие, обнаружение», «Бой, драка», «Преступные и неблаговидные деяния и поступки», «Умственная деятельность, интеллект», «Поведение, черты характера, привычки», «Деятельность, активность», «Состояние, положение», «Принятие пищи и напитков», «Усилие, принуждение», «Речь», «Зрение», «Место», «Жизненный опыт», «Внешность», «Звук», «Официальные взаимоотношения», «Причина», «Движение».

У имен существительных в современном русском языке нами выявлено 12 супермногочленных синонимических рядов. Наибольшее количество составляют ряды, содержащие по 12 – 15 единиц в своем составе – таких рядов 6. Установлено 4 ряда по 10 – 11 единиц в каждом и 2 ряда, содержащих по 16 единиц и более.

В ходе исследования у имен существительных нами было определено 7 смысловых областей, которые описываются супермногочленными синонимическими рядами: «Статус, положение, состояние», «Качества», «Возраст», «Значение и значительность», «Сверхъестественные существа», «Человеческие взаимоотношения», «Речь».

Среди имен прилагательных современного русского языка было выявлено 9 супермногочленных синонимических рядов. Супермногочленные синонимические ряды прилагательных, включающие в себя по 12 – 15 единиц, преобладают – их 5. Рядов, содержащих по 10 – 11 имен прилагательных,

выявлено 3. Свыше 16 единиц в ряду содержит единственный супермногочленный ряд.

Супермногочленные синонимические ряды прилагательных описывают признаки предметов и явлений, принадлежащие к следующим смысловым группам (их 6) – «Качества», «Размер, время», «Внешний вид человека», «Одежда», «Значение и значительность», «Цвет».

Количество супермногочленных синонимических рядов у глаголов (41) значительно превалирует над количеством подобных рядов у других частей речи (12 у существительных и 9 у прилагательных).

При классификации супермногочленных синонимических рядов по смысловым группам нами было установлено, что наибольшее разнообразие смысловых групп (19) отмечается у глаголов по сравнению с существительными (7) и прилагательными (6).

Вышеуказанные факторы позволяют сделать вывод, что русское мышление более детально, разнообразно и дифференцированно описывает и характеризует действия, нежели предметы, явления и признаки предметов и явлений.

Следует также отметить, что один и тот же аспект бытия может найти свое отражение в языке посредством более чем одной части речи. Такими смысловыми группами являются «Качества» (прил. - сущ.), «Значение и значительность» (гл. - прил.), «Внешний вид» (гл. - прил.), «Речь» (гл. - сущ.).

Безусловно, существуют аспекты бытия, отраженные в супермногочленных синонимических рядах только одной части речи. Например, только у существительных встречаются смысловые группы «Статус, положение», «Возраст», «Человеческие взаимоотношения»; только у прилагательных – «Цвет», «Размер, время», «Одежда»; только у глаголов (16 групп) – «Усилие, принуждение», «Зрение», «Место», «Чувства, ощущения», «Принятие пищи и напитков», «Состояние, положение», «Движение», «Деятельность, активность», «Умственная деятельность, интеллект», «Звук», «Преступные и неблаговидные деяния», «Бой, драка», «Сокрытие, обнаружение», «Официальные взаимоотношения», «Жизненный опыт», «Причина».

Также путем сплошной выборки из словарей «Webster's New Dictionary of Synonyms», англо-русского фразеологического словаря А.В.Кунина, англо-русского синонимического словаря А.И.Розенмана и Ю.Д.Апресяна, Chambers Dictionary of Synonyms and Antonyms нами было выявлено 45 супермногочленных синонимических рядов в современном английском языке. Из них глаголам принадлежат 17 рядов, существительным – 12, прилагательным – 16. Значение каждого отдельного слова определялось по англо-русскому словарю В.К. Мюллера и Большому англо-русскому словарю М.Р.Гальперина.

В ходе исследования нами было выявлено, что имеющиеся словари часто не объясняют разницу между синонимами, а иногда в синонимические ряды входят лексемы, не нашедшие отражения в двуязычных и толковых словарях. Для установления значений таких слов и выявления дифференциальных

компонентов значений исследуемых синонимов нами были привлечены информанты – носители британского варианта английского языка.

Был проведен эксперимент по методике Э.Бендикса. Полученные результаты позволили установить, что некоторые лексемы, отраженные в словарях, не находят употребления в современном живом языке или же их значение в современном языке настолько изменилось, что их невозможно считать синонимами. Учитывая результаты эксперимента, нами были выбракованы некоторые единицы супермногочленных синонимических рядов. В двух случаях в результате указанной процедуры синонимические ряды прилагательных перестали быть супермногочленными и были выбракованы полностью.

В итоге в нашем исследовании нашли свое отражение 42 английских супермногочленных синонимических ряда (16 у глаголов, 12 у существительных и 14 у прилагательных).

У глаголов в современном английском языке нами выявлено 17 супермногочленных синонимических рядов – 3 ряда по 10-11 единиц в каждом, 7 рядов по 12-15 единиц и 7 рядов, содержащих по 16 или более единиц каждый.

Все супермногочленные синонимические глагольные ряды современного английского языка были распределены по следующим смысловым группам: «Речь», «Свет, темнота, цвет», «Движение», «Борьба», «Состояние, положение», «Качества», «Чувства, ощущения, впечатления», «Процесс», «Ограничение пространства», «Тяжесть».

В ходе исследования нами было обнаружено 12 супермногочленных синонимических рядов существительных – 3 ряда по 10 - 11 единиц, 4 ряда по 12-15 единиц и 5 рядов, включающих по 16 единиц или более в каждом.

Выявленные в современном английском языке супермногочленные синонимические ряды существительных были подразделены нами на 11 смысловых групп – «Причина, основание, результат», «Статус», «Часть, целое», «Качества», «Профессия, работа», «Пространство», «Значение и значительность», «Чувства, ощущения, впечатления», «Атрибуты», «Уровень», «Здание и его части».

У имен прилагательных нами было выделено 16 супермногочленных синонимических рядов. Однако участники эксперимента – носители британского английского – отметили, что некоторые из рассматриваемых прилагательных им неизвестны, не употребляются в современном английском языке в данном контексте и, следовательно, не могут считаться синонимами для остальных единиц того или иного ряда. На основании этих замечаний были выбракованы 2 синонимических ряда по 10-11 единиц в каждом, так как за вычетом нескольких единиц их было уже невозможно считать супермногочленными. Таким образом, нами были исследованы 14 супермногочленных синонимических рядов прилагательных – 1 ряд из 11 единиц, 7 рядов по 12-15 единиц и 6 рядов по 16 единиц и более в каждом.

Супермногочленные синонимические ряды прилагательных были в итоге разделены нами на 6 смысловых групп – «Качества», «Свет, цвет, рисунок»,

«Величина, размер», «Чувства, ощущения, впечатления», «Внешний вид», «Температура».

В современном английском языке не отмечено значительного преобладания супермногочленных синонимических рядов какой-либо части речи. У глаголов 16 супермногочленных синонимических рядов, у существительных – 12, у прилагательных – 14.

При классификации супермногочленных синонимических рядов по смысловым группам было установлено, что их количество также существенно не отличается по частям речи (9 у глаголов, 10 у существительных, 6 у прилагательных).

Следует также отметить, что, так же, как и в русском языке, один и тот же аспект бытия может найти свое отражение в языке посредством более чем одной части речи. Смысловые группы «Чувства, ощущения, впечатления», «Качества» встречаются у всех исследуемых частей речи. Сходные смысловые группы встречаются у глаголов и существительных («Ограничение пространства» – «Пространство») и у глаголов и прилагательных («Свет, темнота, цвет» – «Свет, цвет, рисунок»). Только для глаголов характерны смысловые группы «Речь», «Процесс и его стадии», «Движение», «Борьба», «Состояние, положение». Только для существительных – «Причина, основание, результат», «Часть/ целое», «Здание и его части», «Атрибуты», «Профессия/ работа», «Статус», «Уровень», «Значение и значительность». Только для прилагательных – «Величина, размер», «Температура», «Внешний вид». В современном английском языке в составе супермногочленных синонимических рядов не отмечено преобладания лексем с негативной оценкой.

Сопоставление английских и русских супермногочленных рядов показало следующее.

Рядов, содержащих по 10-11 единиц, у глаголов в русском языке 10, а в английском 2; у существительных 4 и 3; у прилагательных – 3 и 1. Рядов, содержащих по 12-15 единиц, у глаголов в русском языке 15, а в английском 7; у существительных – 6 и 4; у прилагательных – 5 и 7. Рядов, содержащих по 16 единиц и более, у глаголов в русском языке 16, а в английском 7; у существительных – 2 и 5; у прилагательных – 1 и 6.

В русском языке также отмечено явное преобладание количества супермногочленных синонимических рядов у глаголов (41) по сравнению с существительными (12) и прилагательными (9).

Также было проведено сопоставление супермногочленных синонимических рядов двух языков по представляемым ими смысловым группам. В русском языке количество смысловых групп у глаголов (19) также преобладает по сравнению с существительными (7) и прилагательными (7). В английском языке такого значительного преобладания какой – либо части речи не отмечено. У глаголов здесь выделено 9 смысловых групп, у существительных 10 и у прилагательных 6. Следовательно, носители русского языка более подробно и дифференцированно предпочитают описывать действия, нежели предметы, явления или качества предметов и явлений. У носителей английского языка столь явного предпочтения не отмечено.

В русском языке смысловая группа «Качества» встречается у всех частей речи, но составляющие ее ряды самыми многочисленными не являются. У двух частей речи встречаются смысловые группы «Значение и значительность» (сущ. – прил.), «Внешний вид» (гл. – прил.), «Речь» (гл. – сущ.). Только у глаголов встречаются смысловые группы «Усилие, принуждение», «Зрение», «Место», «Чувства, ощущения», «Принятие пищи и напитков», «Состояние, положение», «Движение», «Деятельность, активность», «Умственная деятельность, интеллект», «Звук», «Преступные и неблагоприятные деяния», «Бой, драка», «Соккрытие, обнаружение», «Официальные взаимоотношения». Только у существительных встречаются смысловые группы «Статус», «Человеческие взаимоотношения», «Возраст». Только у прилагательных встречаются смысловые группы «Цвет», «Размер», «Одежда».

В английском языке в синонимах всех частей речи присутствуют смысловые группы «Чувства, ощущения, впечатления», «Качества». Составляющие их ряды по количеству относятся ко всем трем группам. В двух частях речи встречаются смысловые группы «Ограничение пространства» – «Пространство» (гл. – сущ.), «Свет, темнота, цвет» – «Свет, цвет, рисунок» (гл. – прил.). Только у глаголов встречаются смысловые группы «Речь», «Процесс и его стадии», «Движение», «Борьба», «Состояние, положение». Только у существительных встречаются смысловые группы «Причина, основание, результат», «Часть, целое», «Здание и его части», «Атрибуты», «Профессия, работа», «Статус», «Уровень», «Значение и значительность». Только у прилагательных встречаются смысловые группы «Величина, размер», «Температура», «Внешний вид».

Многие смысловые группы исследуемых частей речи в русском и английском языках совпадают. Иногда наблюдается совпадение даже отдельных синонимических рядов. У глаголов совпадают смысловые группы «Речь» (и входящие в нее ряды с доминантами *chat* (20 ед.) – *разговаривать* (20 ед.), *blame* (24 ед.) – *бранить* (26 ед.); «Борьба» – «Бой, драка» и входящие в них ряды с доминантами *hit* (18 ед.) – *ударить* (17 ед.); «Состояние, положение» и входящие в нее ряды с доминантами *die* (28 ед.) – *умереть* (47 ед.); «Чувства, ощущения, впечатления» (ряды не совпадают); «Движение» (ряды не совпадают). У существительных совпадают смысловые группы «Значение и значительность» (*nonsense* (13 ед.) – *вздор* (19 ед.)); «Качества» (ряды не совпадают); «Статус» (ряды не совпадают). У прилагательных совпадают смысловые группы «Величина, размер» – «Размер» (*small* (14 ед.) – *маленький* (12 ед.)); «Качества» (ряды не совпадают); «Внешний вид» (ряды не совпадают); «Свет, цвет, рисунок» – «Цвет» (ряды не совпадают). Это означает, что наблюдается общая тенденция мышления носителей русского и английского языков, описывающих максимально подробно и дифференцированно одни и те же аспекты бытия, а иногда одни и те же или близкие действия, предметы, явления, признаки предметов и явлений.

В русском языке супермногочленные синонимические ряды часто образованы словами с негативной коннотацией. Так, у глаголов и прилагательных таких рядов почти половина, а у существительных – в три

раза больше, чем рядов, образованных нейтральными словами или словами с позитивным оттенком. В английском языке в составе супермногочленных синонимических рядов не отмечено преобладания лексем с негативным оттенком. Позволим себе предположить, что данная ситуация может быть связана с особенностями национального менталитета русского народа, когда люди более склонны максимально подробно и дифференцированно обозначать негативные стороны жизни, делиться проблемами, используя для описания ситуаций и чувств максимальное количество слов. Тогда как носители английского языка в силу их национальной черты – индивидуализма – предполагают невозможным обсуждение негативных сторон своей жизни с другими людьми.

В русском языке в состав супермногочленных синонимических рядов часто входят не только разговорные, но и обиходно-бытовые, просторечные, грубые, фамильярные и бранные слова. У глаголов встречаются случаи, когда даже доминантой ряда является не межстилевое слово, а обиходное, бытовое, просторечное (например, ряд с доминантой *жарить* в значении «действовать интенсивно»). В английском языке в составе супермногочленных синонимических рядов преобладают стилистически нейтральные слова. Доминантами чаще всего являются нейтральные лексемы, реже – термины. Отмечены единичные случаи, когда доминантой ряда было книжное, поэтическое, разговорное или неодобрительное слово. В английском языке в составе супермногочленных синонимических рядов встречаются синонимы не по основному значению.

И в русском, и в английском языках супермногочленные синонимические ряды нередко объединяют слова в количестве, намного (иногда даже в несколько раз) превышающем оперативную память человека (7 ± 2 слова). Следовательно, возникает необходимость подключать долговременную память. Таким образом, дифференцированная вербализация концептов при помощи супермногочленных синонимических рядов отражает, по-видимому, как некоторые национальные когнитивные закономерности, так и особенности национального менталитета.

Общими причинами возникновения супермногочленной синонимической номинации в исследуемых языках являются необходимость экспрессивной номинации, ориентация на просторечные коммуникативные условия общения и некоторые другие. Номинативная закономерность повышенной номинативной подробности негативного когнитивного поля подтверждается для русского языка, но не действует в английской супермногочленной номинации.

Н. Н. Беляев, Н. Ф. Хренова

Коммуникативные проблемы современного британского общества

Нами было проанализировано более 300 вопросов британцев, обратившихся в британские средства массовой информации за консультацией, касающейся правил вербального и невербального поведения.

Анализ проанализированного материала показал следующее.

Несмотря на пресловутый британский консерватизм, молодое поколение британцев недостаточно четко представляет себе традиционные формы этикета и речевого этикета, в частности – правила поведения за столом, в ресторане, на свадьбе, в гостях, в денежных расчетах, в форме одежды в зависимости от ситуации, варианты ответов на письменные приглашения и т.д..

Средневозрастная категория населения активно пытается нивелировать издержки своего воспитания, стремясь восполнить его пробелы через консультации со специалистами отделов «Modern Manners», организованных в СМИ, в частности в одной из самых уважаемых газет страны «The Times».

Феминизм как движение, зародившееся в Британии, не приобрел, тем не менее, в Британии таких гипертрофированных форм искажения гендерного этикетного поведения, как в США, в том числе и в речевой сфере.

Современное британское общество стремится в процессе коммуникации сгладить речевыми средствами классовую принадлежность коммуникантов.

Можно сделать вывод о том, что современная Британия наравне с другими европейскими странами находится на пути к значительному повышению уровня своего общекультурного образования, включив в программы средних и высших учебных заведений углубленные курсы межкультурного общения, вербального и невербального коммуникативного и этикетного поведения в различных современных жизненных ситуациях. Современные британские средние и высшие школы выполняют социальный заказ на формирование хорошо этикетно и коммуникативно подготовленной личности британца.

А.Б.Болхоева

Национальная специфика концепта *гостеприимство* в русской и англоязычной культурах

Явление гостеприимства существует и в русской, и в англоязычной культуре, однако очевидно, что существует национальная специфика этого явления в каждой культуре.

На основании сопоставления концептов, выраженных лексемой «гостеприимство» в русском языке и “*hospitality*” в английском языке, можно сделать следующие выводы.

В русской культуре гость создает ситуацию гостеприимства, хотя в дальнейшем его роль пассивна. В англоязычных странах ситуацию гостеприимства инициирует хозяин, так как он приглашает гостей.

В русской культуре гости могут быть приглашенными или нет. Они отличаются от посетителей тем, что приходят с праздной целью. Гости в англоязычных странах обязательно приглашенные лица в отличие от посетителей.

Гости, как правило, друзья или родственники хозяина в русской культуре либо друзья друзей или родственников. В англоязычной культуре в гости могут пригласить людей, с которыми только что познакомились, если эти люди интересны (особенно в США).

В гости ходят прежде всего, чтобы отдохнуть и расслабиться и в русской, и в англоязычных культурах. Хотя в России в гости можно прийти и по делу, но пребывание в гостях предполагает прежде всего отдых.

В англоязычной культуре деловые вопросы в гостях обсуждать не принято.

В русской культуре гостей принято очень обильно угощать. В англоязычной культуре нет традиции обильного застолья.

В русской культуре чай не просто тонизирующий напиток, а непременный атрибут гостеприимства. Чай традиционно подают с пирогами, вареньем и прочими сладостями. Подобная традиция отсутствует в англоязычной культуре. Там, как правило, предлагают какой-либо напиток (сок, вино, кофе и т.д.) без сладостей.

Гости могут оставаться в доме хозяина столько времени, сколько они пожелают в России. В англоязычной культуре невежливо оставаться в гостях ночью. Если человек живет в гостях у кого-либо, он заранее предупреждает о точном времени своего отъезда в англоязычных странах.

Гости, как правило, помогают хозяевам на кухне в России. В англоязычных странах это не принято.

Хозяева развлекают и обслуживают гостей в России, поэтому сами редко имеют возможность развлечься и отдохнуть, особенно хозяйки. В англоязычных странах при тех же обязанностях хозяева стараются сами получить удовольствие от приема гостей, и гости стараются это удовольствие им доставить.

В русской культуре хозяева могут мыть посуду и убирать в то время, когда гости еще не ушли домой, в англоязычной культуре это совершенно неприлично.

В русской культуре неприлично отказываться совсем от угощения, даже если в этот период гость совсем не испытывает голода. В англоязычных странах гости вольны выбирать есть или нет, не нарушая правил приличия.

В русской культуре, если у гостей есть с собой какое-либо угощение или что-либо еще, чем можно поделиться, вежливым считается поделиться с хозяевами. В англоязычных странах никто не интересуется тем, что есть у гостей с собой.

В русской культуре застолье является самой важной составляющей гостеприимства. В англоязычной культуре в зависимости от типа вечеринки важными составляющими могут быть разные занятия.

В англоязычной культуре гостеприимство связано с понятием *party* (вечеринка). Существует много различных видов вечеринок. В русской культуре проявление гостеприимства менее разнообразно.

Американский антрополог Г. Феррари подразделяет все существующие общества на коллективистские и индивидуалистские. По его классификации эти общества отличаются системой ценностей, и тем как человек осознает себя в обществе. Им подробно описано американское общество как пример индивидуалистской культуры. В качестве примеров коллективистских культур он рассматривает восточные культуры.

Представления о гостеприимстве в русской культуре дает возможность описать русскую культуру как культуру коллективистского общества, где отношения между людьми ценятся больше чем личные интересы, хотя русская культура в значительной степени отличается от культуры восточных обществ.

Концепт «гостеприимство» присутствует в сознании носителей обеих культур, но его содержание заметно различно.

О.М.Воеводская

Маринизмы во фразеологии английского и русского языков

Как известно, фразеологизмы - самый богатый материал для выявления национально-культурной специфики любого языка, поскольку их значения наиболее образно и колоритно отражают особенности жизни народа - носителя языка. Цель данного исследования - восполнить в некоторой мере тот пробел, который обнаружился на участке сравнительного изучения языков по отношению к фразеосочетаниям с морской тематикой (далее - маринизмам).

Островное положение Великобритании объясняет тот факт, что море издавна играло большую роль в жизни ее населения: с мореплаванием были связаны и великие географические открытия, и завоевания новых колоний, и морские промыслы, и многочисленные военные сражения. Недаром Великобританию называли "владычицей морей" (the Mistress of the seas).

Количество маринизмов, выявленных в результате сплошной выборки из Англо-русского фразеологического словаря А.В.Кунина, превышает полторы сотни. Источниками их происхождения послужили слова, обозначающие:

1) артефакты, используемые на кораблях: compass (компас), anchor (якорь), pump (насос), helm (руль), sails (паруса), stocks (стапеля), bob (балансир), flood-gates (шлюзы) и др;

2) названия частей корабля : deck (палуба), stem (нос), stern (корма), keel (киль), ship (корабль) и др.;

3) атрибуты морской стихии: sea (море), wave (волна), wind (ветер), reef (риф), flow (прилив), ebb (отлив), stream (течение), water (вода), storm (шторм), bottom (дно) др.;

4) служащих на корабле: hands (экипаж судна), sailor (моряк) и др.

Фразеосочетания с маринизмами использовались не только в узкопрофессиональной сфере, но и для разнообразных характеристик человека и ситуаций, в которых он оказывался:

1) физиологического состояния: drink the sea dry - испытывать сильную жажду; hang good sea legs- хорошо переносить качку ; half seas over - быть под хмельком;

2) психологического и эмоционального состояния: all ship-shape and Bristol fashion - быть в полном порядке; make heavy weather - находиться в депрессивном состоянии;

3) внешних характеристик человека: the cut of smb's jib - внешний вид, наружность, букв. покроя кивера;

4) социального положения: a sailor before the mast - простой матрос; a brass hat - старший морской чин; get one's flag - стать адмиралом;

5) межличностных отношений: bear a bob - помогать; answer the helm - подчиняться, букв. слушаться руля;

6) временных (темпоральных) характеристик: from stem to stern - от начала до конца, букв. от носа до кормы; when the sea gives up its dead - никогда, букв. когда море вернет всех погибших в нем;

7) локальных характеристик (местоположения): out of hail - вдалеке, букв. вне пределов слышимости; from clew to ear-ring - сверху донизу; in watertight compartments - совершенно изолированно;

8) перифразы: the Big Pond - Атлантический океан, букв. большой пруд, "лука"; the ship of state - государство; the ship of desert- верблюд, букв. корабль пустыни.

Во фразеологическом фонде английского языка также отмечено несколько поговорок и пословиц, связанных с морской тематикой, которые в предельно лаконичной форме отразили практический опыт народа и его оценку определенных жизненных явлений:

Every flow has its ebb. - За приливом неизменно следует отлив.

A small leak will sink a great ship. - От маленькой течи может потонуть большой корабль.

Any port in a storm. - В бурю любая гавань хороша.

Hoist (your) sail while (when) the wind is fair. - Поднимай паруса, пока дует попутный ветер.

Great ship asks deep waters. - Большому кораблю - большое плавание.

В русском языке количество маринизмов незначительно - около 30, так как мореплавание на Руси было не столь актуальным занятием для ее населения, как, например, земледелие. Многие маринизмы являются заимствованиями, вошедшими в русский язык в Петровскую эпоху: "брат на abordage" - от фр. abordage - сцепление двух судов для рукопашной схватки; "аврал" - от англ. over all - свистать всех наверх; "бить рынду" - от англ. ring the bell - звонить в

колокол; "стоять на вахте" - от нем. Wacht и гол. Wagt - караул, дежурство; "семь футов под килем" - от англ. foot - нога и гол. keel - киль.

Некоторые фразеосочетания были заимствованы из Библии - "капля в море", из персидского - "высечь море", латыни - "сжечь (свои) корабли".

Во русских маринизмах используются слова, называющие:

1) части корабля: борт (выбрасывать за борт), кормило (= руль) (у кормила власти), руль и ветрило (= парус) (без руля и без ветрил), киль (семь футов под килем), корабль (сжигать свои корабли), кичка (= нос корабля) (сарынь на кичку);

2) артефакты и прочие атрибуты морской службы: буксир (брать на буксир), концы (= канаты) (отдавать концы), рында (бить рынду), склянки (=стеклянные песочные часы) (бить склянки), якорь (бросать якорь), кильватер (следовать в кильватере), вахта (стоять на вахте), курс (держаться курс);

3) атрибуты морской стихии: вал (девятый вал), ветер (знать, куда ветер дует), море (ждать у моря погоды), экватор (видеть на экваторе), мель (сидеть на мели);

4) обслуживающий персонал (сарынь - устар. название моряков (сарынь на кичку), боцман (прописать боцманских капель).

Фразеосочетания русского языка используются для различных характеристик человека и ситуаций, не всегда совпадающих с английскими аналогами:

1) физиологического состояния: отдать концы (= умереть);

2) психологического и эмоционального состояния : сжигать корабли (= действовать решительно), ждать у моря погоды (= оставаться пассивным, не предпринимать никаких действий), море по колено, без руля и без ветрил (= действовать бесшабашно, не задумываясь);

3) межличностных отношений: брать на буксир (= помогать); сажать на мель (= ставить в затруднительное положение); выбрасывать за борт (= отвергать кого-либо);

4) социальных характеристик человека: стоять у кормила власти (= руководить), быть за бортом (= сходить с правильного пути, оказываться вне дела, общества);

5) количественных характеристик: капля в море (= очень мало);

6) локативных характеристик: за синее море (= очень далеко), бросить якорь (= обосноваться на постоянном месте), плыть в кильватере (= следовать за кем-то).

Анализ маринизмов английского и русского языков показал, что образы, связанные с морской тематикой, не нашли в русской фразеологии столь широкого распространения, как в английском языке. Многие из английских фразеологизмов вошли в русский язык в качестве калек и полукалек, т.е. чужие побегии были как бы привиты на русском древе и благополучно прижились, но их значения иной раз трансформировались и стали более адекватно отражать русские реалии.

Выявленные различия отражают более высокую значимость морской лексики в английском общении, нежели в русской коммуникации.

Модальные конструкции в функции вежливого обращения в русском и польском языках

В данной работе мы принимаем употребление термина *модальность* для обозначения отношения события к действительности. Появление такого аспекта модальности, как отношение субъекта действия к действию происходит посредством модальных слов со значением возможности, необходимости (долженствования) и желательности.

В данной работе мы рассмотрим личную модальную конструкцию «модальный глагол мочь + инфинитив» (в польском языке «*móc + инфинитив*»), выражающую возможность, и отметим случаи использования её в качестве вежливого обращения в речи.

«Общее значение возможности определяется следующим образом: возможность есть то, что может реализоваться лишь при наличии определённых условий, это предпосылки для возникновения нового, могущего стать реальностью, т. е. превратиться в действительность» (Асоченская В.Ф. Выражение возможности и необходимости в конструкциях с зависимым инфинитивом. Автореф. Дисс. ... канд. фил. наук. Воронеж, 1971. С. 12).

В личных глагольных конструкциях с зависимым инфинитивом значение возможности в русском и польском языке передаётся глаголами: мочь - *móc*, иметь - *mieć*, сметь - *śmieć*, осмелиться - *ośmielić się*, уметь, смочь - *umieć* и глаголом *potrafić*, не имеющими аналога в русском языке, из которых собственно модальным является глагол мочь - *móc*.

Наиболее чётко значение возможности передаёт конструкция «мочь + инфинитив», «*móc + инфинитив*»:

Ещё вчера он мог остановиться, спокойно следить глазами за полётом паутины... (Паустовский. К. Повесть о лесах.)

Jeszcze wczoraj mógł się zatrzymać spokojnie śledzić lot nici pajęczej ... (Prus. B. Lalka)

Здесь мы обнаруживаем значение физической или умственной возможности произвести действие, где глагол *мочь* употребляется в настоящем или прошедшем времени. От глагола *мочь* в русском языке нельзя образовать будущего времени, в этом случае употребляется глагол совершенного вида *смогу*, а в польском – будущее сложное *będę mógł*:

Смогу ли я ещё доставить ей столько радости ... (Прус Б. Кукла)

Czy kiedykolwiek będę mogła sprawić jej tyle szczęścia... (Prus B. Lalka)

В данном случае мы видим, что основное значение возможности сочетается с добавочным значением размышления, неуверенности совершить действие.

Исследуемый материал показывает, что конструкция «мочь + инфинитив» наиболее богата значениями.

Указанная конструкция приобретает вид вежливого обращения в составе вопросительного предложения в русском и польском языках:

Могу я войти ?
Czy mogę wejść?

Данная конструкция указывает и на связь субъекта и действия, вызванную просьбой о разрешении совершить действие:

Могу я закурить?
Czy mogę zapalić?

Большую роль в таких предложениях играет интонация, выражающая различные оттенки модальных значений.

Часто к конструкции «мочь + инфинитив» добавляется частица *ли*, в польском языке эта функция закреплена за словом *czy*:

Могу ли я получить деньги по этому чеку?
Czy mogę zrealizować ten czek?

Особо следует остановиться на употреблении глагола *мочь* в сослагательном наклонении, где, помимо взаимодействия модальности двух планов, частица *by* (*by* - в польском языке) вносит оттенок вежливости:

Когда я мог бы узнать, удачно ли получились снимки?
Kiedy mogłabym się dowiedzieć, czy udane są zdjęcia?

Выражая возможность или умение произвести действие, конструкция «мочь + инфинитив» указывает на связь субъекта и действия, вызванную вежливым разрешением кого-либо:

Можешь, мама, думать себе, что хочешь... (Островский А. Гроза)
Możecz, matczko, myśleć sobie co chcesz...(Ostrovski A. Burza.)

В польском языке в качестве официального обращения к незнакомому лицу используются слова *pan* (в русском же языке подобные обращения отсутствуют, что требует особого набора языковых средств, способных принимать на себя эту функцию). Чаще всего в роли такого обращения используется в русском языке местоимение *вы* + глагол во множественном числе:

Какие экскурсии вы можете нам предложить?
Jakie wycieczki pan może nam zaproponować?

Особый интерес представляют отрицательные конструкции, среди которых можно выделить три позиции частицы *не* по отношению к модальному глаголу:

1. Отрицание перед модальным глаголом, где отрицается сама возможность действия:

Не мог принять...
Nie mógł przyjąć...

2. Отрицание перед инфинитивом, значит, отрицается само действие:
Я могу его не бояться.

Mogę się go nie bać.

3. Отрицание перед модальным глаголом и перед инфинитивом, конструкция имеет значение утверждения возможности:

Такие невинные ангелы, как она, не могут не сострадать им (Прус Б. Кукла)

Tacy jak ona aniołowie nie mogli nie ubolewać nad ich losem
(Prus B. Lalka).

Только в русском языке нами отмечена отрицательная конструкция со значением возможности, употребляемая в функции вежливой просьбы в вопросительном предложении:

Не могли бы вы приехать?

Не могли бы вы помочь?

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в родственных языках (русском и польском) модальная конструкция «мочь + инфинитив» - «móc + инфинитив» может выполнять функцию вежливого обращения. Однако использование указанной конструкции в этой роли имеет некоторые особенности в каждом языке, учет которых необходим для эффективного общения.

Лю Вэй Цзинь

Категория вежливости в русском и китайском общении

Категория вежливости играет большую роли в русском и китайском коммуникативном поведении. Она выражается в языке в наличие особых форм речевого этикета. Представляет большой интерес сопоставление русских и китайских форм выражения благодарности, так как это позволят выявить национальную специфику реализации категорий вежливости в русской и китайской коммуникативных культурах.

Многим русским формам вежливости соответствует несколько китайских, которые различаются обычно несколькими семантическими или функционально-стилистическими признаками. Покажем это на примерах, указав сменные отличия китайских формул от русских.

Например, русскому *Нет слов, чтобы выразить вам мою благодарность!*(книжное) в китайском речевом этикете соответствует три формулы:

1. мы-йю-цую-гао-д-юй-ян-лай-бю-да-дуи-нин-г-ган-ще!
(книжное, усилительное);
2. чжао-пу-цу-гын-хаог-д-юй-ян-лай-ган-ще-нин! (усилительное, повышенная сердечность. книжность);
3. мы-йю-жен-х-юй-ян-лай-бю-да-дуи-нин-д-ще-нин
(усилительное, сердечность, официальное)

Русскому *Вы меня выручили!* (разговорное) соответствуют:

1. нин-чиао-л-о-хен-до! - эквивалент;
2. нин-гый-о-д-тай-до-л! (официальное, усилительное);
3. о-шао-хо-хен-да! (книжное, усилительное);
4. щ-щ-нин-на-д-до-хен-до! (разговорное, усилительное).

Русскому *Вы очень любезны!* (книжное, официальное) соответствуют:

1. жан-нин-фей-цин-л! (разговорное);
2. ло-нин-да-тя-л! (разговорное);
3. нин-до-цао-цин-л! (разговорное);
4. нин-тай-хао-л! (книжное, усилительное).

Таким образом, в китайском коммуникативном поведении наблюдается тенденция выражать благодарность более разнообразными средствами, дифференцированными преимущественно по стилистическим компонентам или содержащими в отличие от русских форм компонент «усилительность». Категория вежливости в китайском языке, таким образом, является в языковом плане более дифференцированной, чем в русском.

А. В.Медведева

Символическая составляющая русского менталитета

Сложная система мыслительных образов – концептов, нашедших языковое выражение, образует семантическое пространство данного языка и, по сути, менталитет народа - носителя этого языка. Лингвистические исследования подтверждают тот факт, что ментальность характеризуется как общечеловеческими закономерностями восприятия окружающего мира, так и национальной спецификой образования и функционирования культурных концептов языка. Концепт репрезентируется в языке всем набором присущих ему прямых и переносных значений, в том числе и символических.

Исследование категории символического значения слова целесообразно начинать с анализа культурных концептов и, в том числе, номинаций предметов и явлений материальной культуры. Символическое значение слова позволяет увидеть некоторые национальные культурные концепты. Очевидно, что изначально символичным является не значение отдельно взятого наименования денотата, но сама ситуация употребления реалии. Символический статус реализуется в определенных языковых условиях, порождаемых экстралингвистическими факторами – традициями, обычаями, этнической ментальностью. Далее процесс символизации может пойти в сторону закрепления символического значения за отдельно взятым словом или же сохраниться в группе устойчивых выражений с лексемой, отражающей тот или иной образ.

Детальное рассмотрение семантем у русских лексем-названий бытовых реалий показало, что символические значения присутствуют или намечаются лишь у немногих из них. Это значит, что большинство бытовых реалий имеет лишь утилитарное применение и в качестве символов не используется. Символами некоторых ситуаций оказались *дом, хлеб, соль, чашка, деньги*, а также названия домашних животных – *кошка, собака, лошадь*.

Символическим значением обладают в большей степени фразеосочетания, запечатлевшие разного рода обряды, игры, ритуалы. Бытовые ситуации и

культурные концепты, запечатленные в составе фразеосочетаний, осмысляются символически, если они носят некоторый ритуальный характер, например *круговая чаша*, которую пускают по кругу на пирах, или *хлеб-соль* как традиционные составляющие встречи гостей.

Наиболее актуальная сфера общественной жизни народа входит в его концептосферу и порождает наибольшее число устойчивых сочетаний, активно употребляемых в языке и несущих определенный мыслительный образ-концепт, и которые, в свою очередь, могут переходить в другие семантические сферы и приобретать там новые значения, в том числе и символические. Для русского менталитета продуктивны в плане образования фразеосочетаний, пословиц и поговорок, несущих в себе коннотативные символические значения, следующие сферы жизни: *застолье, извоз и хозяйственная деятельность человека*.

Символическое значение зарождается и проходит свое становление в концептосфере каждого конкретного народа как носителя неповторимых индивидуальных особенностей общественного уклада, быта и ментальности. Концептосфера, в свою очередь, отражает мировоззрение и миропонимание, присущее данной нации на определенной стадии культурно-исторического развития.

Ю. В.Таранцев

О некоторых особенностях русского коммуникативного поведения

Исследование 740 типовых ситуаций установления контакта в русском общении позволяет систематизировать все многообразие средств установления контакта (УК) и сделать некоторые выводы относительно влияния национальной культуры и менталитета на коммуникативное поведение народа.

Все исследуемые ситуации были разделены на две группы. В первую группу (181 пример) были отнесены ситуации, описывающие установление контакта между двумя незнакомыми, впервые встречающимися - Коммуникантом 1 (K1) и Коммуникантом 2 (K2).

Вторую группу (559 примеров) составили ситуации, описывающие установление контакта между знакомыми K1 и K2.

При анализе учитывалась ответная реакция K2, что позволило определить эффективность используемого средства установления контакта.

Были выделены наиболее распространенные группы средств УК (процентное соотношение см. в таблице 1).

Самым распространенным (универсальным) средством УК явилось «обращение±» (30%). Может использоваться самостоятельно и в сочетании с другими единицами. Обращение комбинируется со всеми выявленными средствами УК. Наиболее часто встречающиеся комбинации: «обращение ±»

+ «приветствие» (Добрый вечер, дорогой!)

- + «контактоустанавливающий вопрос» (Что, парень, скучаешь?)
- + «информативный вопрос» (Товарищ, вы по какому вопросу?)
- + «просьба» (Друг, закурить есть?)
- + «извинение» (Извини, браток.)
- + «рукопожатие» (Рад, мадам, ... - пожал ее худенькую ручку)
- + «благодарность» (Спасибо, девушка)

В качестве обращения русскими писателями были использованы различные лексемы: молодежь, отец, парень, сударыня, мил человек, вьюноша, друг, родная, сынок, браток, молодой интересный, приятель и др. Отмечены группы неоднородных обращений, используемых как одно средство («Батя, провинник» или «Валера, сынок»).

Обращение является очень эффективным средством УК, оно позволяет воздействовать на К2 (например, обращение «родная, родной» подкупает), показать отношение к нему («сынок» к незнакомому юноше, «Мария Алексеевна» - к девушке сына обращается подчеркнуто вежливо мать).

Другим широко распространенным средством является «контактоустанавливающий вопрос, фраза ±» (это такой вопрос или фраза, которые используются не для выяснения или сообщения информации (как информативный вопрос, фраза), а для вербального установления и поддержания коммуникативного акта). К контактоустанавливающим вопросам, фразам относится большая и разнообразная группа вопросительных и повествовательных предложений, которые называются контактоустанавливающими (а не информативными) исходя из ситуации. Таким образом, контактоустанавливающим может стать любой вопрос или фраза, если в речевом акте превалирует коммуникативная функция.

Контактоустанавливающий вопрос, фраза могут использоваться самостоятельно (что чаще всего и происходит), но были зафиксированы также следующие комбинации «контактоустанавливающий вопрос, фраза ±»:

- + «обращение» (Вы ко мне, сударыня?);
- + «сокращение дистанции» (Он сворачивает и подсаживается к девушке: «Вы не в курсе, случайно?...»);
- + «улыбка» (Крепкий будешь, как ишак, - улыбнулся он.);
- + «взгляд» (Вы ко мне, - посмотрел он.);
- + «приветствие» (Привет! С курорта или на курорт?).

При использовании приема «контактоустанавливающий вопрос, фраза±» важны интонация и правильный подбор лексических единиц, от этого зависит эффективность средства.

Самым малораспространенным средством является «комплимент±» (Ой, какой красавчик с утра явился!). Обычная ответная реакция К2 – отстранение от К1, попытка уклониться от контакта. В психологии русского человека принято считать, что в комплименте таится ложь, поэтому К2 испытывает недовольство, озлобление. Комплимент как контактоустанавливающее средство малоэффективен в русском общении.

Специфика выбора средств УК обусловлена степенью знакомства К1 и К2. Такие приемы как «самопрезентация±» (Константин Полетаев), «узнавание

имени собеседника±» (А вас как зовут?) распространены среди незнакомых и вообще не встречаются в ситуациях, где К1 и К2 являются знакомыми.

Самопрезентация как самостоятельное средство используется редко, чаще всего комбинируется с «приветствием±» (Добрый день! Казачкин Н.Н., замдиректора по экспорту, хозяин этой обители), «узнаванием имени±» (Меня зовут Марат. А тебя?), «рукопожатием±» (Марк Михайлович Куковеров, - протянул руку гость.).

«Приветствие±», «физический контакт±» встречаются чаще в ситуациях со знакомыми коммуникантами, чем с незнакомыми.

Исследование показало, что общение между незнакомыми К1 и К2 обычно характеризуется повышенной вежливостью, употреблением этикетных формул приветствия, просьбы, извинения, предложение помощи, еды, напитков. Но если рассматривать всю систему контактоустанавливающих средств, то можно сделать вывод, что этикетные средства установления контакта в русском коммуникативном поведении употребляются реже, чем другие контактоустанавливающие единицы.

Наблюдается некоторое несоответствие в широте распространения тех или иных средств (при сравнении коммуникативных актов между знакомыми и незнакомыми). Так, например, «просьба±» получила широкое распространение в группе, где коммуниканты являются незнакомыми. В произведениях русских писателей встречается большое разнообразие просьб. Это может быть просьба-вопрос (Эй, приятель, не подбросишь до станции?), просьба-укор (А ты, родной, не кури, Тихвинская не любит.), просьба-извинение (Простите, мне нужна Надя.) и др.

«Приглашение войти, сесть±» имеет достаточно широкое распространение в условиях, когда коммуниканты являются знакомыми.

Средство «узнавание±» (Владимир Иванович?) широко распространено среди незнакомых. Это специфическое средство, характерное для американской литературы. В русских произведениях встречается только в изданиях последнего десятилетия (очевидно влияние американской коммуникативной культуры). На узнавание, особенно по имени, трудно не ответить, поэтому К2 вынужден вступить в контакт.

«Узнавание±» является сильным контактоустанавливающим средством. В отличие от американской коммуникативной культуры, в русском общении это средство расширилось: угадываются имя, фамилия, отчество, профессия (Вы наш новый учитель?), социальный статус (Вы военный?), место жительства (Москвич?).

Рассматривая выбор средств с точки зрения вербальности / невербальности, можно отметить такой факт: самым распространенным невербальным средством УК является «сокращение дистанции±» по горизонтали (приблизился, подошел) и по вертикали (подсел, встал из-за стола). Это показывает, что русский человек, вступая в контакт, стремится быть ближе к собеседнику. «Сокращение дистанции±» – сильное средство, поэтому следует быть осторожным, чтобы УК не превратилось в навязывание. Но если «сокращение дистанции» используется самостоятельно, то это не

воспринимается как навязывание, вероятно потому, что у К2 есть выбор - вступать в контакт или нет.

Русская коммуникативная культура является контактной, поэтому невербальные средства, такие как «сокращение дистанции±», «рукопожатие±», «физический контакт±» (имеются в виду различные касания, дотрагивания, похлопывания, поглаживания, объятия, поцелуи – все, кроме рукопожатия, это отдельно выделенное средство) являются очень эффективными при установлении контакта, они располагают собеседника. Встречаются ситуации, когда используется средство «намерение физического контакта» (т.е. К1 пытался обнять К2, пытался погладить по плечу и т.д.); это средство неэффективное и обычно ведет к уклонению от контакта.

Малое распространение среди знакомых имеет «взгляд±» (сюда мы относим пролонгированный, оценочный и др. взгляды); это средство широко используется незнакомыми коммуникантами. Пролонгированный взгляд приводит к вербальному установлению контакта. Это очень сильное и эффективное средство.

Анализ коммуникативных ситуаций показал, что в произведениях русской литературы описаны, в основном, коммуникативные акты между двумя мужчинами (см. в таблице 2 процентное соотношение); наименьшее распространение получили коммуникативные акты между двумя женщинами. Можно ли на основании этого сделать вывод, что мужчины общаются больше и чаще, чем женщины?

Исследованный материал не позволяет сделать выводы относительно влияния возраста, социального статуса и профессии на русское коммуникативное поведение.

Таблица 1

Средства установления контакта	Незнакомые	Знакомые
Контактоустанавливающий вопрос, фраза	18,4%	13,4%
Информативный вопрос, фраза	7,9%	8,7%
Обращение	16,5%	42,8%
Приветствие	7,9%	17,1%
Самопрезентация	9,2%	-
Узнавание	10,4%	2,2%
Узнавание имени собеседника	5,5%	-
Комплимент	3,7%	1,7%
Сокращение дистанции	11,04%	10,02%
Извинение	7,3%	1,3%
Физический контакт	5,5%	10,2%
Просьба	11,04%	3,9%
Предложение чего-либо	6,8%	3,4%
Рукопожатие	4,3%	3,2%
Взгляд	9,2%	1,7%
Улыбка	4,3%	3,4%

Стук	4,3%	6,1%
Приглашение войти, сесть	-	7,1%

Таблица 2

Коммуниканты	Незнакомые	Знакомые
Мужчина + Мужчина	47,9%	43,4%
Мужчина + Женщина	23,9%	19,1%
Женщина + Мужчина	20,2%	25,5%
Женщина + Женщина	7,97%	12,1%

Л.В. Гайворонская

Агрессивный диалог в русском общении

Агрессивный диалог –распространенная форма общения, основой которой является оппозиция коммуникантов по тем или иным вопросам.

Анализ показывает, что несогласие, отказ, грубый отказ -наиболее характерный признак агрессивного диалога:

Нет! Извини, нет! Я так не думаю. Я не согласен. Я категорически не согласен! Я сказал: нет! Хватит! Врешь! Еще чего! Обойдусь. Какого черта! и т.п.

На уровне логики несогласие - несовпадение мнений коммуникантов, на уровне эмоций - это и противопоставление, и вызов, и неодобрение, и указание на отказ от отношений. И в том, и в другом случае несогласие вызывает чувство дискомфорта, напряжение у слушающего. Несогласие можно считать универсальным сигналом, сигнализирующим о начале конфликта. В агрессивном диалоге (когда коммуниканты находятся в оппозиции) наиболее частотны грубые императивы, императивы – запреты.

Выражение взаимных неодобрительных оценок оппонентов заключается в использовании сниженной, часто грубой лексики. Неодобрение партнера и его действий выражается как прямо, так и косвенно. Интонация, как правило, выполняет экспрессивно-оценочную функцию, увеличивает темп диалога. Агрессивный диалог протекает бурно: частотны перебивы, перехват инициативы. Заканчивается агрессивный диалог разрывом отношений (хотя бы временным), а иногда и примирением, т.к. является одновременно и способом «выпустить пар». Вот несколько фрагментов пьесы Андрея Васильева «Дед», содержащих признаки агрессивного диалога, отмеченные выше:

- *Я была в магазине.*
- *Хватит!* (категорический запрет на обсуждение). *Слушать тошно. Так мне и надо!.. Поверил! Кому поверил?!* (косвенная неодобрительная оценка оппонента).
- *Я задержался немного...*
- *Что?* (перехват инициативы) . *И у тебя хватает наглости смотреть мне в глаза?!* (экспрессивная неодобрительная оценка оппонента).
- *Заткнись!!!* (грубый императив-запрет).
Заткнись... Чудовище... (прямая неодобрительная оценка собеседника).
(...)
- *Здесь запах.*
- *Не трогай. Оставь все как есть. Хочешь идти- иди.* (императив-запрет, градация императивных конструкций; косвенный приказ удалиться).
- *Ладно. Пусть все остается , как было. Пойду щетку заброшу.*
- *Нет!* (категоричное отрицание). *Дай сюда!..* (императив).
Растяпа еще... (прямая неодобрительная оценка). *Я сам сделаю!..* (перехват инициативы). *А ты сотри пыль* (императив; предложение ничтожной работы; противопоставление). *Возьми эту рубаху, намочи и сотри пыль!* (градация императивов). *Учит меня...* (косвенное неодобрение действий оппонента)
- *И на кухне стереть?*
- *Сотри!* (императив). *Дерьма собралось...* (употребление грубой лексики). *Тоже мне!.. Учит! Растяпа еще!* (экспрессивное неодобрение действий оппонента; прямая неодобрительная оценка).

Отдельные реплики коммуникантов могут вызвать недоумение, переходящее в обиду, раздражение, и настраивают партнера на конфликтный стиль общения, давая повод к речевой агрессии. Рассматривая различные типы конфликтогенных реплик, мы особо выделили высказывания с *неужели*, выражающие крайнюю степень удивления.

-Неужели ты не видел этот фильм?!

-А что: я обязан был посмотреть?!

Такие предложения всегда воспринимаются как неодобрительные оценки и вызывают ответное неодобрение у слушающего. Такой результат определяется высокой экспрессией интонации высказываний с *неужели*.

В конфликтном общении не менее частотны протесты и выражения несогласия с начальным *почему, зачем*. При этом содержание вопроса отодвигается на второй план: слушатель чутко улавливает негодующую, протестующую, обвиняющую интонацию высказывания. Отметим, что вопросительная форма часто используется как выражение несогласия, возмущения и т.п. в конфликтном общении: *Зачем ты взял спички?* (косвенный запрет) *Почему ты не пошел на урок физики?!* (косвенное выражение упрека, протеста).

Интонация присутствует во всех формах речевого общения, она многофункциональна. Реакцией не на смысл высказывания, а на форму будут такие реплики возмущения и протеста: *Что за тон? Смените тон! Почему вы разговариваете со мной таким тоном?! Сбавьте тон! Оставьте этот тон!* и т.п. Поэтому значимость интонации в конфликтном общении высока: нейтральная в смысловом отношении реплика, сказанная интонационно агрессивно, навязывает конфликтный стиль общения.

Попробуем ответить на вопрос: почему в русском речевом общении такое большое количество конфликтных реплик? Думается, что наблюдения культурологов и историков о русском национальном характере и менталитете могут это объяснить. Для русских людей в общении характерна душевность – желание максимально раскрыться в беседе. Отсюда и большая свобода в выражении чувств. Отсюда и разрешение на открытое выражение эмоций. Возможность агрессивного диалога с «выпусканием пара» и конфликтные реплики не что иное, как обратная сторона ориентированности на чувство открытости в общении и свободы в выражении эмоций у русских людей.

1. А. Васильев «Дед»//ж. «Театр», №3, 4-1994.
2. Сусов И.П. Прагматическая структура высказывания// Языковое общение и его единицы: Межвузовский сборник научных трудов – Калинин, 1986.
3. Соловьева А.К. О некоторых общих вопросах диалогов// Вопросы языкознания, №6 – 1965.
4. Ермакова О.Н., Земская Е.А. К построению типологии коммуникативных неудач (на материале естественного русского диалога)// Русский язык в его функционировании. Коммуникативно – прагматический аспект – М, 1993.
5. Гак В.Г. вопросы национально-культурной специфики языкового поведения// Русский язык и современность. Проблемы и перспективы развития русистики. Всесоюзная научная конференция. Часть 1 – М, 1991.
6. Литвак М.Е. Психологический вампиризм. Анатомия конфликта. – Ростов/Дон: изд-во «Феникс» – 1997.

О.Ю.Лукашкова

Концепт «дружба» в русском языке

Концепт «дружба», несомненно, занимает важное место в русском национальном сознании. Дружба для русского человека традиционно является одной из важнейших ценностей, по значимости превосходящей материальные блага («Не имей сто рублей, а имей сто друзей», – гласит известная пословица), и даже родственные связи («Живешь не с тем, с кем родишься, а с тем, с кем сдружишься»).

Мы поставили своей целью выявить средства языковой объективации концепта «дружба» в русском языке.

Ядерными лексемами объективации концепта являются «дружба» и «друг». В словаре русского языка под редакцией А.П.Евгеньевой дружба определяется как «отношения между кем-либо, основанные на взаимном доверии, привязанности, общности интересов» (с.449). «Друг» толкуется как «тот, кто связан с кем-либо дружбой» (с.448). Частотность употребления этих

лексем в «Частотном словаре русского языка» под редакцией Засориной определяется цифрами 817 («друг») и 155 («дружба»).

Периферия концепта представлена производными словообразовательными единицами и синонимами, обозначающими: а) лиц по отношению к ключевому понятию (приятель, товарищ, наперсник, подруга, приятельница, наперсница, побратим, дружок, кореш); б) качеств (дружеский, дружественный, дружный, дружелюбный, приятельский, товарищеский); в) состояний (дружно, дружески); г) действий (дружить(-ся), подружить(-ся), сдружить(-ся), удружить). Наибольшую частотность имеют лексемы «подруга» (53), «приятель» (47), «дружественный» (38), «дружеский» (27).

Концепт представлен также рядом фразеологических единиц: закадычный друг; друг сердца; друг дома; друг ситный; подруга жизни; на дружеской ноге; не разлей вода; топором не разругить; не в службу, а в дружбу и др.

Понимание данного концепта народом и наиболее выдающимися его представителями раскрывается в огромном массиве пословиц и афоризмов, представленных в многочисленных сборниках.

Таким образом, концепт «дружба» в русском языке лексически хорошо разработан, что свидетельствует о его актуальности для национального сознания. Нам представляется, что дальнейшее изучение особенностей отражения концепта в национальной концептосфере позволит выявить некоторые существенные черты русского менталитета.

Ракина О.Н.

Образ леса в русской народной картине мира

Образ леса занимает важное место в картине мира русского народа. Об этом свидетельствует многообразие представлений о лесе и его функциях в русских сказках, загадках, пословицах и поговорках. В этих текстах лес характеризуется со следующих точек зрения:

С точки зрения его пространственных качеств:

1. Элемент пространства, обширное пространство, отдаленное место, мера пространства, место, где происходит перемещение:

Города и деревни, реки и леса так и мелькают перед глазами; Кто с борку, кто с долку; Лежит рог на боку, концы - в лес и в реку, как бы рог этот встал, так бы до неба достал (дорога); Взял <мужик> вожжи и веревки и так скрутил, опутал медведя, что тот зачал реветь на весь лес...; За лесом видит, а под лесом нет; Пошел отставной солдат Тарабанов странствовать; шел он неделю, другую и третью, шел целый год и попал за тридцать земель - в такой дремучий лес, что кроме неба да деревьев ничего не видеть; Баба по бору ходила, трое лапти износила; Понесла меня лиса... за темные леса, за дремучие боры; Догнал батькину полосу до самого лесу; Сулено, маслено, до лесу протянуто (дождь); Дурак взял плетушку и отправился в путь-дорогу лесом; По мхам, по борам; Идут лесом, поют куролесом, несут деревянный пирог с мясом (похороны). Лес как

пространственный ориентир: *Дятел бросил <лисе птенца>, а она кустик за кустик, лесок за лесок, да и съела; Ау, подай голосок через темный лесок; указатель направления движения: В лес иду - плачет, из лесу иду - плачет (колокольчик).*

2. Место труднопроходимое, непроторенное, неприспособленное для передвижения, с отсутствием указанных направлений:

Вот она сколько ни шла, долго ли, коротко ли бродила по лесу... а следу не найдет, как выйти из лесу; Нет в лесу столько поверток, сколько у бабы уверток.

3. Препятствие при передвижении (часто непреодолимое):

Она бросила гребенку - сделался дремучий лес, нельзя ни пройти, ни проехать. Интересно, что в связи с перемещением лес оценивается противоречиво: с одной стороны, здесь происходит передвижение, с другой стороны, он для этого не приспособлен, здесь можно заблудиться, трудно пройти из-за густых зарослей вплоть до того, что лес превращается в непреодолимое препятствие для передвижения.

С точки зрения специфики данного типа рельефа относительно других типов рельефа:

1. Место, где растут деревья:

Дятел прилетел в лес к старому дубу; В лесу Бог лесу не уравнил, в народстве - людей; Весь лес в обрез, два дерева выше всех (ушиат). В загадках выявляется еще одно близкое значение - место, где много одинаковых единиц. По этому признаку с лесом сопоставляется луг, поле (множество травинок уподобляется стволам деревьев): *Летела щука Потопура, леса потронула; леса-то пали, горы-то встали (косят).* Деревья здесь растут густо, на небольшом расстоянии друг от друга: *Что у нас чаще леса? (часты звезды).* Это также высокие деревья; они делали лес в восприятии людей критерием высоты. В гористом регионе такое значение было бы приписано горам. Как ни странно, в текстах, содержащих концепт горы, это значение выражено менее ярко, что связано, может быть, с тем, что под горами понимались типичные для нашего региона пологие и сравнительно невысокие холмы, а они не вызывали такого отчетливого ощущения чего-то очень высокого, как уходящие вертикально вверх стволы деревьев...и поднялся <ковер-самолет> выше лесу стоячего, ниже облака ходячего; *Наконец зашла <она> в частый, дремучий лес: из-за высоких деревьев чуть-чуть небо видно. Выше лесу стоячего, ниже облака ходячего; Что выше лесу? (солнышко).*

2. Место обитания животных:

Бежала леса по лесу, увидела на дереве тетерева и говорит ему.; Дело не медведь, в лес не уйдет; За лесом, лесом жеребята ржут, а домой не идут (волки).

3. Источник материальных благ для людей:

пропитания - ягоды: *Жили сестрица и братец и пошли они в лес по ягоды; Это наше бору ягода; В городе продается красное, а в лесу бывает прежде белое (малина);* плодов: *Бродил, бродил <батрак> по лесу, захотелось ему есть, видит он, что стоят две яблони, взял сорвал с одной яблоко и стал есть; орехов: Жили курочка с кочетком, и пошли они в лес по орехи; грибов:*

Сестра! Дай мне плетушку; идучи по лесу, грибов наберу; С твоим счастьем только в бор по грибы; На бору, на юру стоит старичок - красен колпачок (гриб); кореньев: Иван купеческий сын долгое время бродил по лесу, питаясь ягодами да кореньями...;

место охоты: Приехал с охотой в дремучий лес королевский сын; дров: Вот один раз собрался я в лес за дровами; В лес дров не возят, в колодезь воды не льют; В лесу дрова рубят, а по всем городам щепки летят (письмо);

источник материалов для различных работ: Кот и дет за лыками в лес и баит кочетку...; Бегите скорей по сосновым лесам, наберите смолы 100 пудов и несите скорее сюда; В лесу выросло, из лесу вынесли, на руках плачет, а на полу скачут (балалайка);

место, где кормятся домашние животные: Часто уходила коза в бор искать корму; Пошел боров в лес желуди есть. Являясь “рогом изобилия” для людей и обеспечивая очень многие их нужды, лес имеет и отрицательные стороны, например, это участок, непригодный для сельскохозяйственных работ: Его учить - что по лесу с бороной ездить.

4. Важный фактор для выбора места поселения, это выгодное и удобное соседство для деревни:

Заневолю к полю, коли леса нет; Всем деревня не выйдет: вода близко, ин лес далеко.

С точки зрения отношения к нему человека:

Неизвестное, чужое место, противопоставленное своему, известному, освоенному пространству - дому (логически восходит к лесу как отдаленному, труднопроходимому, труднодоступному, а значит, неизученному месту):

Тогда козел слез с дерева и не захотел оставаться в лесу. Воротился он вместе с бараном домой...; Чужая сторона дремуч бор. Будучи неизвестным и чужим, это место представляется опасным: Василиса собралась, и перекрестившись, пошла в дремучий лес; В лесу кистенем, а в саду огурцом; Ходить в лес - видеть смерть на носу (либо деревом убьет, либо медведь задержит. Здесь возможны всяческие неожиданности: Соскочил с коня и побежал в лес; смотрит - на поляне 3 старика ругаются; Из-за лесу и туча идет. Это также и глухое место, где нет новостей и люди “темные”: В лесу живем, в кулак жнем, пенью кланяемся, лопате богу молимся; В лесу люди лесеют, в людях людуют. Как неизвестное место, лес может служить людям укрытием в случае опасности: Не всем таковым быть, как твои старишие зятя, что в боевое время в заповедных лесах пролежали; где просто можно жить некоторое время: К вечеру собрался старик, отправился в лес и спрятался в сторожке за печь; где живут люди вне закона: Вот пошли они в лес, а в том лесу стоял дом, а дом тот был разбойничий. Здесь ввиду его неизвестности и труднодоступности - можно “сгубить” человека, оставив его там одного, а также скрыть преступление: Бросил мальчиков в лесу, вернулся назад. И, конечно, здесь обитают потусторонние, мифические силы и существа - нечистая сила: Скоро послышался в лесу страшный шум: деревья трещали, сухие листья хрустели, выехала из лесу баба-яга...; чудесное, волшебное место, где происходят чудесные встречи: Нашел я в лесу такую красавицу, что ни вздумать, ни взгадать; попадают чудесные находки: Да

вот попались нам в лесу три находки, а разделить не умеем. Лес представляется также живым, одушевленным существом: *Лес видит, а поле слышит.* Здесь может просматриваться связь с двумя уже указанными значениями и предполагаться как наличие в лесу мифических существ и магическая, сказочная одушевленность самого леса, так и его укромность, делающая возможными слежку и подглядывание людьми друг за другом.

Итак, лес представлен в русской народной картине мира двояко, с позиций взгляда “извне” и “изнутри” леса.

С одной стороны (взгляд “извне”) - это некий объект, стоящий в ряду других подобных объектов: элемент рельефа, один из типов пространства, о котором известно, что это пространство обширное, как по горизонтали, так и по вертикали, зачастую отдаленное. Это характеристики, которые можно определить, не проникая внутрь леса, только наблюдая его снаружи.

С другой стороны, весьма подробно известен и внутренний облик леса - кто там обитает, что растет, каким образом лес может использоваться человеком и даже - что может там с человеком произойти. Промежуточным звеном между этими “данными” является представление о лесе как месте передвижения.

Таким образом, анализ фольклорных текстов позволяет раскрыть образ леса в русской народной картине мира, в концептосфере носителей русской культуры.

А.В.Рудакова

Экспериментальное изучение концепта «быт» в русском языковом сознании

В современной лингвистике широкое распространение получил когнитивный подход, который имеет своим предметом исследование языковых единиц, репрезентирующих в языке и речи концепты как глобальные мыслительные единицы. Когнитивный подход предполагает необходимость объединения данных философии и истории, логики и культурологии, психологии и лингвистики с целью раскрытия специфики представления человеческого знания.

По мнению Ю.С. Степанова, концепт выступает своеобразной ячейкой этнокультурной среды в ментальном мире человека, это «густок культуры в сознании человека; то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека, ... то, посредством чего человек ... сам входит в культуру, а в некоторых случаях и влияет на нее» (Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. - М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. - 824 с. - с. 40.) Таким образом, изучение концептов как центральных точек, в которых сконцентрированы целые области культуры, позволит исследовать национальное сознание русского человека.

Предметом нашего исследования является концепт, репрезентируемый в русском языке лексемой «быт». Данный концепт весьма важен для русского

национального сознания, он имеет ярко выраженный национальный характер и во многих сферах определяет мышление и поведение русского человека.

Цель нашего исследования – с помощью психолингвистических методов (опрос, анкетирование, свободный ассоциативный эксперимент и т.д.) выявить специфику концепта «быт» в русском языковом сознании.

Эксперимент №1

Анализ оценочной характеристики концепта «быт» показал, что данный концепт имеет яркие национальные черты.

В словарном значении лексемы «быт» отсутствует какая-либо эмоционально-стилистическая характеристика слова. Это проявляется в таких сочетаниях типа: служба быта, современный быт, сельский быт, Дом быта, бытовые услуги, изучать быт, обустраивать быт и др.

Однако проведенный эксперимент показал, что в языковом сознании русского человека слово «быт» имеет оценочный и эмоциональный оттенок.

Ход эксперимента

Испытуемым предлагалось при ответе на вопрос «Что для Вас быт?» выбрать один из вариантов: «хорошее», «скорее хорошее, чем плохое», «никакое», «скорее плохое, чем хорошее», «плохое».

В эксперименте участвовало 112 испытуемых, среди них 95 женщин и 17 мужчин; 34 учащихся до 20 лет, 57 студентов 21-30 лет, 16 человек в возрасте 31-50 лет и 5 человек старше 50 лет.

Обсуждение результатов

Общий результат: в ответах преобладал ответ «скорее хорошее, чем плохое» (36,6%); на втором месте был вариант «хорошее» (26,8%); на третьем – «скорее плохое, чем хорошее» (18,8%); на четвертом – «никакое» (15,2%); на пятом – «плохое» (2,7%).

При анализе выявилась положительная оценка слова «быт», лишь пятая часть испытуемых оценила быт как негативное явление. Однако при устном опросе большинство оценивало быт как нечто «надоедливое», «нудное», «однообразное», «доставляющее много хлопот», «отнимающее много сил и времени» и т.д. Возможно, при письменном опросе многие испытуемые выбирали ответ, который выражал идеальное представление о быте, что должно быть учтено в последующих экспериментах.

При анализе результатов выявились гендерные различия в отношении к слову «быт». Мужчины быт признавали как явление «хорошее» (35%), «никакое» (29%) и «скорее хорошее, чем плохое» (23%). Вариант «скорее плохое, чем хорошее» встретился гораздо реже – 11%, среди ответов отсутствовал вариант «плохое».

Женщинами быт характеризовался как явление «скорее хорошее, чем плохое» (39%), «хорошее» (25%) и «скорее плохое, чем хорошее» (20%). Вариант «никакое» выбирался 12% испытуемых, самым редким был ответ «плохое» (3%).

Данные результаты свидетельствуют о том, что, несмотря на общую тенденцию к положительной оценке понятия «быт», для мужчин быт не несет

той отрицательной характеристики, которая встречается среди женщин. Мужчины оценивают быт или положительно, или нейтрально (отсутствие варианта «плохое»). Для женщин оценка понятия уже не так однозначна, как для мужчин. Среди ответов чаще встречаются «пограничные» варианты («скорее ..., чем ...»), процент негативной оценки слова «быт» повышается, выбирается вариант «плохое», чего не было среди ответов мужчин. Также если для трети мужчин быт имеет нейтральную характеристику, то доля женщин, оценивающих быт нейтрально, резко снижается до 12%.

Данные результаты достаточно показательны. Они выявляют связь оценочной характеристики слова с реальной действительностью, деятельностью человека. Различия в отношении к быту связаны, видимо, с большей занятостью женщин в домашнем хозяйстве, «приземленностью» и рутинностью их труда. Мужчины же редко заняты в домашнем быту (традиции и обычаи разделения труда на «женский» и «мужской»), поэтому их отношение к быту большей степени положительное, чем у женщин.

Возрастные различия в оценке лексемы «быт» проявились в следующем. Для молодежи до 20 лет и 21-30 лет самыми популярными вариантами были «скорее хорошее, чем плохое» (37,4%) и «хорошее» (30,1%). Остальные варианты встречались реже: «скорее плохое, чем хорошее» (16,5%), «никакое» (13,2%) и «плохое» (2,2%). Для людей старшего возраста 31-50 лет и старше 50 лет быт – явление «скорее хорошее, чем плохое» (33,3%) и «скорее плохое, чем хорошее» (28,6%). Реже встречались варианты «никакое» (23,8%), «хорошее» (9,5%) и «плохое» (4,8%).

Анализ показывает, что при общем тяготении к положительной характеристике понятие «быт» по мере взросления становится более актуальным для человека, и его оценка от резко положительной начинает меняться в сторону более негативной. На это указывает повышение процента вариантов с негативной оценкой в разных возрастных группах (с 16,5% «скорее плохое, чем хорошее» у молодежи до 28% у людей старшего возраста, с 2,2% «плохое» среди молодежи до 4,8% среди людей старшей группы).

Интерес представляет однозначность характеристики быта молодежью и использование неоднозначных «пограничных» вариантов людьми старшего возраста. Это связано, видимо, с небольшой долей участия молодежи в повседневных заботах по дому, малой загруженностью бытовыми проблемами, приоритетом других видов деятельности, не связанных с работой по дому. Взрослые же «погружены» в быт постоянно, отсюда более негативное отношение к слову «быт».

Эксперимент №2

Был проведен свободный ассоциативный эксперимент, в котором приняли участие 188 человек, из них 115 женщин и 73 мужчины.

Ход эксперимента

Испытуемым предлагалось записать три первые пришедшие в голову в момент эксперимента реакции (слова, словосочетания, фразы) на слова-стимулы: *пустыня, скука, компьютер, быт, дорога*. При обработке

результатов учитывалась только первая реакция. Всего было получено 188 разных реакций.

Обсуждение результатов

На стимул «быт» чаще всего встречались реакции: дом 52, кухня 14, уют 10, жизнь 7, хозяйство 6, семья 5, посуда 5, уборка 5. Остальные реакции назывались 4 и менее раз.

При анализе были выявлены гендерные различия. Если реакция «дом» встречалась одинаково часто среди мужчин и женщин, то реакция «кухня» была дана исключительно женщинами; для мужчин быт ассоциативно связан прежде всего с «домом», «уютом», «семьей», «жизнью» (т. е. с местом, где можно расслабиться и отдохнуть после работы), для женщин – с «кухней», «хозяйством», «посудой» (т. е. с занятиями, которые являются повседневными, обязательными, однообразными, надоевшими).

Эксперимент №3

Следующий эксперимент был направлен на выявление группы людей, для которых понятие «быт» наиболее актуально.

Ход эксперимента

29 испытуемым (среди них 10 мужчин и 9 женщин) предлагалось ответить на вопрос: «Для кого понятие «быт», по Вашему мнению, более актуально?». Среди вариантов были ответы, указывающие на различные критерия (пол, возраст, место жительства, наличие постоянной работы, семейное положение, уровень достатка, уровень образования и др.): «для мужчин», «для женщин», «для городских жителей», «для сельских жителей», «для русских людей», «для людей с Запада», «для людей с Востока», «для детей», «для молодежи», «для людей среднего возраста», «для людей старшего возраста», «для людей, занятых умственной деятельностью», «для людей, занятых физическим трудом», «для неженатых», «для семейных», «для бедных», «для людей со средним достатком», «для обеспеченных людей», «для людей с высшим образованием», «для людей со средним специальным образованием», «для людей без образования», «для работающих», «для неработающих».

Обсуждение результатов

Анализ результатов показал следующее.

По *гендерному критерию* более актуальным быт является исключительно для женщин: 27 испытуемых (93%) выбрали именно этот вариант, ответ «для мужчин» не выбрал ни один испытуемый. Это еще раз подтверждает результаты эксперимента №1, которые указывают на наличие именно у женщин более негативного отношения к слову «быт».

По *месту жительства* преобладал вариант «для сельских жителей» (51,7%). Видимо, это связано с трудностью и обременительностью повседневной жизни в селе, отсутствием городского разнообразия бытовых услуг, бытовой техники, особенностями самого образа жизни в городе.

Более 55% испытуемых отметили, что быт является актуальным для русского человека (при низких показателях для других групп людей). Такие показатели можно объяснить тем, что в отдельных странах существуют

различия в подходе к проблеме быта. У русского человека сложилось мнение, что для западного человека проблемы быта не существует, это связано с хорошей развитостью инфраструктуры бытовых услуг и хорошим материальным положением людей с Запада. Для русского же человека характерно каждодневная «борьба» с бытовыми проблемами, так как сфера бытовых услуг в России развита слабо. Поэтому быт ассоциативно связан прежде всего с чем-то непреодолимым, неприятным, обязательным (с образами кухни, плиты, рутины, однообразия, будней). Негативное отношение к быту проявляется и в языке, в таких словах и словосочетаниях, как «быт заел», «бытовуха», «бытовня» и др.

Интересные данные были получены и при анализе актуальности понятия *быт по возрастному критерию*: понятие «быт» не актуально совсем для детей (нет ни одного соответствующего ответа), в малой степени для молодежи (1 ответ), зато, с точки зрения испытуемых, большое значение быт имеет для старшей (51%) и средней (45%) возрастных групп.

Полученные результаты свидетельствуют о степени «включенности» в быт людей разных возрастов. Если дети и молодежь живут, не концентрируя своего внимания на окружающей обстановке, хозяйстве, у них есть более важные дела: игра, учеба, отдых, развлечения и др., то для людей старшего и среднего возраста на первый план выходит повседневная жизнь с ее заботами, хлопотами по дому, бытовыми проблемами.

Разделились мнения испытуемых по отношению важности быта для людей, занятых различными видами деятельности: «для людей, занятых умственным трудом» – 50% и «для людей, занятых физическим трудом» - 50%. Вероятно, испытуемые считают данный критерий неактуальным.

Единодушны испытуемые были при определении актуальности быта для людей по *«семейному» критерию*: 92% испытуемых отметили важность быта для семейных людей и его неактуальность для неженатых (8%). Возможно, это связано с тем, что неженатые люди большую часть своего времени проводят вне дома, они более свободны от домашних забот. Есть возможность выполнять повседневные дела в такое время и в таком объеме, который не обременяет.

По мнению испытуемых, в плане *обеспеченности* понятие «быт» важно прежде всего для людей со средним достатком (52%), затем для бедных людей (30%), и, в последнюю очередь, для обеспеченных людей (18%). Люди со средним достатком стараются по мере возможности (при наличии средств, времени, желания) обустроить свой быт. Малообеспеченным людям приходится постоянно иметь дело с бытовыми проблемами (нехватка денег, одежды, еды, отсутствие необходимых предметов обихода и др.). Обеспеченные люди имеют возможность облегчить свой быт с помощью современной бытовой техники, наличия материальных средств, которые избавляют от домашних хлопот (возможность иметь домработницу, которая выполнит неприятные обязанности по дому, возможность питаться в ресторанах, кафе и т.д., что снимает проблему ежедневного приготовления пищи).

Критерий *уровня образования* не выявил четкого разграничения, для какой же группы людей быт более важен, что свидетельствует о неактуальности данного критерия для испытуемых.

Последний критерий – «наличие постоянной работы» – показал, что быт более важен для работающих людей (59%), чем для неработающих. Видимо, это связано с большей занятостью работающих людей, для которых быт, в отличие от неработающих, становится местом и способом отдыха после работы, для некоторых – продолжением утомительной рутинной «работы», но уже домашней.

В целом же, самыми популярными оказались варианты ответов: «для женщин», «для семейных», «для старшего возраста». «Для работающих», «для среднего возраста», «для русского человека», «для сельских жителей». Не встретились ни одного раза варианты «для мужчин», «для детей». Низкую частотность имели ответы: «для молодежи», «для неженатых».

Эксперимент №4

Данный эксперимент был направлен на выявление особенностей сочетаемости лексемы «быт» в русском языковом сознании. В эксперименте участвовали 29 человек, из них 20 учащихся (до 20 лет) и 9 человек (31-50 лет и старше 50 лет).

Ход эксперимента.

Эксперимент состоял из двух частей.

Часть 1. Испытуемым предлагалось составить по одному словосочетанию со словами: бытовой, бытовая, бытовое. Бытовые.

Обсуждение результатов

Самыми частотными словосочетаниями были:

бытовой – прибор 8, конфликт 2, отдых 2, остальные существительные были употреблены по 1 разу (котел, вопрос, сифилис, случай и др.);

бытовая – техника 14, ссора 2, посуда 2, травма 2, по 1 разу были названы такие слова, как машина, жизнь, обстановка, химия и др.;

бытовое – обслуживание 3, общение 3, убийство 2, редкими были слова: хозяйство, оборудование, однообразие и др.;

бытовые – приборы 6, проблемы 6, люди 3, услуги 3, отношения 3, заботы 2, остальные существительные были названы по одному разу: хлопоты, скандалы, неурядицы, отбросы и др.

Часть 2. Особенности сочетаемости лексемы «быт» и в некоторой степени наличие оценочного компонента выявились с помощью такого задания: испытуемым (29 человек) предлагалось подобрать определения к слову «быт», ответив на вопрос: Быт – какой?

Обсуждение результатов

Наиболее частотными были определения:

домашний 10, семейный 7, скучный 7, повседневный 4, однообразный 4, трудный (тяжелый, нелегкий) 4, надоедливый 4, утомительный 4, рутинный 3, организованный 3. Другие определения встречались 2 раза и менее. Нами отмечены и антонимичные пары: легкий – тяжелый, хороший – плохой.

Данный эксперимент показывает, что в сознании носителей русского языка лексема «быт» имеет достаточно широкие и разнообразные сочетаемостные возможности, однако можно выделить наиболее частотные определения к слову «быт». Анализ частотных определений показывает, что, несмотря на общую тенденцию восприятия испытуемыми быта как явления скорее положительного, чем отрицательного (эксперимент №1), среди определений доминируют прилагательные, характеризующие быт с отрицательной стороны.

Эксперимент №5

Следующий эксперимент был направлен на выявление понятий, которые пересекаются с концептом «быт», входят в него или противостоят ему (исключают концепт «быт»).

Ход эксперимента

Испытуемым предлагалось два задания:

- 1) подобрать противоположные слова, выражения к слову «быт»;
- 2) подобрать похожие слова, выражения к слову «быт».

Обсуждение результатов

Среди понятий (слов, выражений), по мнению испытуемых, противоположных лексеме «быт», были названы работа, развлечения, отдых, путешествия, творчество, свобода, разнообразие, перемены в жизни, друзья, искусство, пустота, грязь и др.

Среди понятий, схожих со словом «быт», были перечислены следующие слова: хозяйство, дом, семья, стирка, уборка, повседневность, уют и традиции, очаг, жизнь, домашняя обстановка, повседневная скука, будни, забота, ремонт, долг, обязанности, рутина, усталость, уют, суета и др.

Данный эксперимент поможет в будущем определить структуру концепта «быт», пересекающиеся с концептом «быт» концепты, а также исключаящие его.

Таким образом, экспериментальное изучение концепта подтверждает нашу мысль о том, что исследуемый концепт имеет большое значение для русского языкового сознания и является национально-специфическим концептом.

И.П. Зленко

Лексико-фразеологическое поле «трудовая деятельность» в русском языке

Лексико-фразеологическое поле представляет собой совокупность лексических и фразеологических единиц, объединяемых общим концептом. Лексико-фразеологические поля обычно имеют национальную специфику. Рассмотрим национальные особенности лексико-фразеологического поля «трудовая деятельность» в русском языке.

Концепт «трудовая деятельность» следует отнести к сложным, поскольку в его репрезентации участвует огромное количество разноуровневых единиц: лексем, фразеологических единиц, пословиц, поговорок. Лексико-фразеологическое поле «трудовая деятельность» имеет 3 сектора :

1. Общие наименования процесса трудовой деятельности.

Этот сектор включает существительные и глаголы. К субстанциональным лексемам относятся такие наименования : работа, дело, труд, деятельность и др. Из глагольных наименований можно назвать следующие : работать, делать, трудиться и др.

2. Наименования видов трудовой деятельности:

- характеристика трудовой деятельности по тяжести выполняемой работы (как «вкалывать», «ишачить», «корпеть», фразеологизмы, как «везти на себе», «тянуть лямку», «гнуть спину»;
- характеристика трудовой деятельности по качеству выполненного труда («халтура», «брак», «работать тяп-ляп», «через пень-колоду», «из рук вон»);
- характеристика по интенсивности трудовой деятельности («работа горит в руках», «вертеться как белка в колесе», «не покладая рук».

характеристика по предмету выполняемой работы (столярничать, слесарить, пахать).

2. Наименования лиц по отношению к трудовой деятельности («трудяга», «работяга», «умелец», «мастак», «бездельник», «трутень», «тунеядец», «лентяй»).

При изучении национальных особенностей концепта «трудовая деятельность» особый интерес представляют пословицы и поговорки, которые характеризуют данный концепт с различных сторон: нежелание работать, вред лени, любовь к труду, необходимость труда для жизни, необходимость приобретения знаний:

Следующие пословицы: *Без труда и палку не выстругаешь. Без труда меду не едят и под.* доказывают необходимость повседневного труда в жизни человека.

О хорошо работающем человеке говорят: *По работе и работника знать. Каков работник, такова ему и плата.*

Такие русские пословицы, как *Без успеха в учебе нет успеха в труде. Без учебы и труда не придет на стол еда. Без ученья, без труда и жизнь не годна никуда* подчеркивают важность приобретения знаний, зачастую профессиональных, для плодотворного труда.

Пословицы говорят и о негативном отношении к труду.

Например : *Пиво с кваском, лошадь с заминкой, да человек с леницей два века живут. Работа не волк, в лес не убежит. Ленивому всегда праздник.*

В результате проведенного анализа можно прийти к выводу, что состав лексико-фразеологического поля данного поля связан с особенностями русского характера и менталитета и отражает противоречивое отношение русского сознания к труду – от уважительного до прямого игнорирования.

Концепт «вежливость» и его объективация в русском языке

В. Даль определяет слово «вежливый» /вежа/ как двузначное; одно значение он уже преподносит как устаревшее: «вежливый» – это знающий, ученый, образованный человек /поп вежа/. Второе значение у В.Даля – современное: вежливость определяется как «образование внешнее, знание обычаев и приличий, доброе поведение и обращение».

Современные словари / Ожегов, Ушаков/ также характеризуют вежливого человека, как учтвого, соблюдающего правила приличия, благовоспитанного, обходительного.

Лексема «вежливый» является ядерным средством объективации концепта *вежливость* в русском языке.

Но концепт «вежливость» выражается в языке не только словом «вежливость», но и различными его синонимами: учтивость, корректность, предупредительность, обходительность, любезность, деликатность, куртуазность /уст., теперь шутовое/, галантность (по отношению к женщине).

Интересно, что анализ словаря антонимов под редакцией Л.А. Новикова показал, что антонимов к слову «вежливый» нет, но, вместе с тем, приводится слово «вежливость» как антоним слова «грубость», наряду со словами «корректность», «деликатность». «учтивость». Вежливость, таким образом, в русском языковом мышлении, имеет меньшую яркость, чем грубость и выступает не самостоятельно, как определенное коммуникативное или поведенческое качество, а как антипод грубости. Вежливость осознается и видится русским сознанием как отсутствие грубости, грубость. Таким образом, оказывается базовым членом оппозиции.

Концепт «вежливость» находит свое выражение и во фразеологии. Интересно, что во фразеологии актуальным для сознания является выражение вежливости, вежливое поведение прежде всего по отношению к вышестоящим, либо вежливость связывается в сознании с просьбой. Например: будь добр – форма вежливого обращения к кому-либо с просьбой или требованием; или бить поклоны – выражать чувство глубокого уважения, почтения.

Говоря о синтаксических связях слова «вежливый», можно выделить следующие наиболее распространенные словосочетания: вежливый взгляд, вежливое обращение, вежливое слово, вежливый ответ, вежливый отказ, вежливая просьба, вежлива улыбка, вежливый поступок, вежливая речь, вежливое обращение, вежливая поза, жест, вежливое приветствие, вежливым быть, умеренная вежливость, показная вежливость.

Эти словосочетания показывают, что вежливость проявляется прежде всего в речи, общении, разговоре, а также в мимике, жестах, поведении. Кроме того, в русском языке вежливость воспринимается как умение держать себя в рамках приличия.

Согласно “Частотному словарю русского языка” под редакцией Л.Н.Засориной, ключевыми словами, выражающими концепт “вежливость” в русском языке, являются слова “вежливо”, “вежливый”, “любезно”, “любезный”, «культурность», «культурный», «приличный», «прилично», причем прилагательные «вежливый», «любезный», «культурный», «приличный» заметно более частотны, чем наречия, обозначающие те же понятия.

Наиболее распространены эти слова в драматургическом стиле и стиле художественной прозы, реже их можно встретить в газетно-журнальном стиле, а в научно-публицистическом стиле встречаются лишь единичные употребления слов «прилично». «приличный», «любезный». Достаточно частотными оказываются лексемы «вежливость» /7/, «обходительный» /8/, «любезность» /5/, «деликатно» /5/, «деликатный» /7/, «культурно» /7/. В то же время «культурный», «культурность», являясь наиболее частотными среди выше названных / 20 и 91/, наиболее часто встречаются именно в научно-публицистическом стиле. Но можно предположить, что они употребляются там не в поведенческо-коммуникативном значении, а в значении «характеризующий определенную культуру» и под.

В целом же, судя по частному словарю, концепт «вежливый» в русском языке достаточно редко актуализируется в речи, что свидетельствует о его периферийности в концептосфере русского языка.

Русский язык сегодня

О. В.Милованова

Основные направления актуализации лексики в современном русском языке

Значительные структурные трансформации в российском обществе конца XX века, затронувшие все сферы общественно-политической жизни и обусловившие качественные перемены в мировоззрении россиян, послужили основанием для развития целого ряда активных процессов в современном русском языке и, в первую очередь, процессов, характеризующих развитие русской лексики. Как показывают исследования, серьезные преобразования касаются как словарного состава, так и сущностных характеристик лексических единиц.¹

В ряду наиболее значимых проявлений развития лексики русского языка новейшего периода особенно выделяются процессы перераспределения между активным и пассивным запасами лексического состава русского языка.

По наблюдениям исследователей, названные процессы выражаются, прежде всего, в актуализации и деактуализации (пассивизации) определенных лексических групп.²

Актуализация представляет собой повышение функциональной значимости и частотности употребления словесного знака в речевой практике носителей языка. Актуализированными являются словесные единицы, обозначающие наиболее существенные для общества реалии и понятия и потому активно использующиеся в речи.³

Как показывают исследования, на современном этапе развития русского языка процесс актуализации касается, прежде всего, устаревшей лексики, в советское время находившейся в пассивном словаре. Этому способствует идеологическая установка социума на возрождение части духовных традиций, общественных реалий и культурных ценностей, утраченных в ходе исторического развития России в XX веке.

На современном этапе развития русского языка лексические историзмы выступают в функции номинации новых реалий российской жизни и в основном используются для заполнения возникающих референциальных лакун (*лицей, гимназия, гувернер, земство, губернатор, Дума и т.д.*). Как показывают наблюдения, наиболее активны в современном словоупотреблении «дореволюционные» историзмы.

Процесс актуализации касается не только устаревшей лексики, но и лексики малоупотребительной.

Наиболее ярким является процесс пополнения активного словаря русского языка нового времени лексикой, малоупотребительной по идеологическим причинам. В новейший период активно входят в речевое употребление такие слова морально-этического и духовного содержания, как, например, «милосердие», «раскаяние», «смирный», «покаяться», «гуманизм», «добродетель», «духовность», «человеколюбие» и т.п., которые в советскую эпоху почти совсем перестали употребляться.

Актуализация подобных лексических единиц определяется установкой социума на возрождение части духовных традиций, культурных ценностей, которые были утрачены в ходе истории России XX века.

Причинами идеологического характера объясняется актуализация в русском языке новейшего периода и церковно-обрядовой лексики. Весьма активное использование в речи современных россиян словесных единиц ранее табуированной сферы «Религия и вера» связано, в первую очередь, с изменением роли церкви как социального института в жизни общества. К активно используемым лексическим единицам относятся, например, такие, как «крещение», «венчание», «молебен», «богослужение» и др.

По данным лингвистических исследований, широко употребительной и актуализированной является на современном этапе развития русского языка также лексика, стойко ассоциировавшаяся в советское время с экономической и политической системами буржуазного общества. Актуализация названной лексики связана с процессом так называемой «переориентации номинаций», который выражается в том, что слова, обозначавшие ранее понятия и реалии зарубежной действительности, начинают употребляться применительно к российской действительности. При этом часто происходит изменение оценочности многих словесных единиц.⁴

Как показывают исследования, самая большая группа переориентированной лексики - это лексика экономическая. Переход к рыночной экономике, появление новых сфер финансовой и экономической деятельности способствуют активному заимствованию интернациональной рыночной терминологии. На современном этапе развития русского языка понятия, связанные с тематической сферой «Экономика», затрагивают жизненно важные интересы многих российских граждан, потому обозначающие их словесные единицы становятся широко употребительными, актуализированными (Ср., напр.: «акция», «биржа», «акционер», «банкир» и др.). Как отмечают исследователи, многие из переориентированных слов экономической сферы изменяют и свои коннотации.

Другую значительную по объему группу переориентированной лексики, актуализированной в последнее десятилетие XX века, составляют лексические единицы из сферы «Политика». Открытая ориентация на Запад в области политической структуры российского государства обусловила смену наименований в структурах власти: Верховный Совет - *парламент*, Совет Министров - *кабинет министров*, Председатель Совета Министров - *премьер-министр* и т.п. Активно используются в речи носителей современного русского языка слова «мэр», «префект», «администрация» и др. По данным исследований, можно считать актуализированными и переориентированными такие, например, слова и словосочетания социально-политического характера, как «бастовать», «забастовка», «стачка», «многопартийность», «безработица», «бездомный», «беженцы», «мафия» и др. Переориентация номинаций многих заимствованных словесных единиц сопровождается одновременным изменением их оценочности.

Весьма ярким процессом лексического развития современного русского языка является также процесс пополнения активного словаря за счет лексики, функционально ограниченной. В последние десятилетия XX века отмечается детерминологизация многих разрядов специальной лексики. Сказанное касается, прежде всего, специальных экономических терминов, которые находились на периферии языкового сознания большинства носителей русского языка и употреблялись только специалистами, так как вопросы экономики основную массу населения социалистической России не интересовали. В настоящее время многие термины экономической сферы являются для россиян жизненно важными и именно поэтому актуализированными.

Актуализация терминов и понятий в русском языке новейшего периода нередко сопровождается их переориентацией, так как ранее указанные словесные единицы в основном обозначали понятия и реалии буржуазного общества или дореволюционной России. Необходимо отметить, что во многих переориентированных терминах произошло изменение коннотаций и смена эмоциональной оценочности («акция», «акционер», «банкир», «дивиденд», «банкир», «лизинг» и др.).

Отличительной особенностью современной языковой ситуации является также повышенная частотность употребления во всех сферах общения таких разрядов функционально ограниченных лексических единиц, как жаргонные,

разговорные и просторечные слова. Широта и массовость употребления названных лексических единиц, обусловленная демократизацией всех сфер общественной жизни современной России, определяет не только их актуализацию, но и изменения стилистических характеристик.

Как показывают исследования, некоторые лексические единицы из уголовного, молодежного, солдатского жаргонов уже перешли в литературный язык и в современных словарях фиксируются как разговорные варианты названной формы существования русского национального языка («*беспредел*», «*крутой*», «*раскрутить*» и др.).

Свидетельством несомненной актуализации значительных разрядов жаргонной и просторечной лексики является и отмечаемый многими исследователями процесс формирования «общенационального русского сленга».⁵

Подводя итог рассмотренным выше процессам развития лексики современного русского языка, следует отметить, что перераспределение между активным и пассивным словарями за счет возрождения устаревших слов и пассивизации ранее актуальных, детерминологизация лексики, пополнение словарного состава языка функционально ограниченной лексикой – это явления, происходящие в системе языка постоянно, но в периоды общественных преобразований приобретающие интенсивный и скоротечный характер. На современном этапе развития русского языка наблюдается актуализация и пассивизация целых пластов лексики. Активный словарь русского языка пополняется за счет словесных единиц, ранее считавшихся устаревшими; за счет слов, функционально ограниченных (терминов, новых слов, книжных и публицистических слов, слов просторечных, разговорных, жаргонных), а также не имевших широкого употребления в советское время по идеологическим или политическим причинам.

Наряду с актуализацией и переходом слов из пассивного словаря в активный происходит пассивизация целых слоев лексики, связанной с советским образом жизни и социалистическим выбором. В целом перераспределение между активным и пассивным словарями русского языка в новейший период его развития относится к разряду качественно-количественных изменений, так как нередко процесс перехода словесной единицы из одного запаса в другой сопровождается изменениями в ее семантике.

¹См. об этом: Русский язык конца XX столетия (1985-1995) // Отв. ред. Е.А.Земская. – М., 1996; Загоровская О.В. Состояние русского языка на исходе XX века (лингвистический и культурологический аспекты) // Известия Воронежского пед. ун-та. Т.246. Русский язык. Сб. научных трудов. – Воронеж, 1997; Стернин И.А. Социальные процессы в России и изменения в русском языке. // Известия Воронежского пед. ун-та. Т.246. Русский язык. Сб. научных трудов. – Воронеж, 1997 и др.

²См. об этом: Стернин И.А. Что происходит с русским языком? Очерк изменений в русском языке конца XX века. – Туапсе, 2000.

³Подробнее см.: Ферм Л. Особенности развития русской лексики в новейший период (на материале газетной публицистики). Uppsala, 1994; Загоровская О.В. Указанная работа.

⁴О «переориентации номинаций» см.: Загоровская О.В. Указанная работа; Заварзина Г.А. Семантические изменения общественно-политической лексики русского языка в 80-90-е годы XX века (на материале словарей и газетной публицистики): Диссертационное исследование на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Воронеж, 1998.

⁵Подробнее см.: Загоровская О.В. Указанная работа; Стернин И.А. Что происходит с русским языком? Очерк изменений в русском языке конца XX века. – Туапсе, 2000. – с.47-53.

Ж.В. Грачева

Экспрессия и стандарт в газетной речи

Любое явление действительности предстает перед нами в качестве вечного оксюморона, двуликого Януса, так как соединяет в себе противоположности. Не представляет исключения и мир языка. И не только потому, что одной стороной он повернут к реальности, “трансформацией которой является, а другой - к смыслу, который он призван формулировать” (Ломов, 1994, с.264). Любое языковое явление - это следствие борьбы и единства противоположностей: формы и содержания, системы и нормы, экспрессии и стандарта и т.д.

Экспрессия как результат стремления говорящего найти новые способы самовыражения является одной из движущих сил языкового развития. Она, выполняя эволюционные функции, заставляет язык совершать все новые и новые метаморфозы: разрушать языковые стереотипы. Стандарт же, напротив, предстает в качестве стремления к устойчивости, стабильности, является проявлением консервативного, сдерживающего языкового начала. Таким образом, “центробежность” экспрессии и “центростремительность” стандарта - два фактора, предопределяющие создание условий для постоянного языкового равновесия и обновления.

Конфликт и единство экспрессии и стандарта - конструктивный принцип газетного текста: экспрессивно наполненная языковая единица быстро обретает популярность, плата за которую - стандартизация (Костомаров, 1971).

Одним из источников газетной экспрессии является разговорный синтаксис, единицы которого, перенесенные в сферу письменного языка, становятся иносистемными, выпадающими из ряда типичных, а значит, останавливающими и активизирующими внимание читателя. К числу экспрессивных средств, пришедших из разговорной речи и ставших широко употребительными, а значит, отчасти утратившими выразительную насыщенность, относят парцелляцию, сегментацию, фразеологизацию, вставные и тавтологические конструкции и т.д.. Заметим, однако, что деление экспрессивных синтаксических средств на старые и новые достаточно условно.

Каждому явлению предназначена своя особая жизнь, оно должно пройти “все возрасты”: детство, когда язык осторожно осваивает новое, зрелость, старость и даже смерть. Однако потом может наступить “ренессанс”. Так было с парцелляцией: широкое использование в литературе 20-х годов, почти полное исчезновение в 40-50-х, возвращение к жизни во время хрущевской оттепели, уход со страниц газет в период застоя. Демократические процессы 80-90-х годов возрождают парцелляцию, хотя сегодня она используется не так часто, как в 60-е годы.

Среди языковых явлений, недавно пришедших в сферу публицистики из разговорной речи, выделяются предложения со структурной деформацией, в которых отношения, существующие между двумя элементами предикативного центра - определяемым и определяющим, - одинаково обозначенными существительными в именительном падеже, не выражаются специализированными средствами, поскольку характер этих отношений легки вычитывается из семантики существительных: *Пугачева - это “Арлекино”, “Короли”, “Миллион роз”, это песни, которые никто не может повторить за нее (“Комсомольская правда”); Ельцин - это стабильность, это самая мощная антикоммунистическая сила, Ельцин - это реформы (АиФ); Воркута - это 15% кокусующихся уелей России (“Известие”).*

Предложения со структурной деформацией непосредственно примыкают к явлению метонимического эллипсиса, который, как известно, представляет собой одно из проявлений имплицитной номинации, “погружающей мысль в бессловесную глубину, делающей красноречивым даже умолчание” (Ломов, 1994, с.64).

Метонимический эллипсис может “покоиться” на ассоциациях по смежности двоякого рода: возникающих в человеческой психике между смежными денотатами (собственно лексическая метонимия): “медь” - материал и изделие из него; “блюдо” - большая тарелка и еда, яство; и рождающихся в потоке речи между синтагматическими словесными знаками (конструктивно связанная метонимия): *В поликлинике выдали больничный (лист); За мной в беличьей шубе (девушка, женицина); На небе (нет) ни облачка; (Разгадывать) Кроссворды -моя страсть.*

При актуализации принципа языкового метонимизма за определенной словесной формой закрепляется новое содержание, связь которого с данным означающим имеет различную степень устойчивости. В случае реализации собственно лексической метонимии такая связь становится общепринятой и закрепляется словарями: “стакан” - сосуд для питья и мера жидких и сыпучих масс; “остановка” - определенное действие и место остановки транспорта. При конструктивно связанной метонимии отношения между знаками могут быть прочны, воспроизводимы и стандартны, что приводит к узуальному сокращению составных номинаций: столовая (комната); а могут быть нестандартны, но легко воспроизводимы: *(Создавать) Хороший любовный роман - это несерьезно? (Чтение) “Литературная газета” и “Книжное обозрение” - мое любимое чтение; Единственный недостаток Доула, который не проходит с годами, - возраст (преклонный возраст).*

Образование деформированных структур также основывается на актуализации ассоциации по смежности, но в этом случае, в отличие от метонимии, происходит не поглощение одним знаком другого, а имплицирование отношений между двумя знаками, являющимися элементами предикативного центра.

Сталкиваясь с такими построениями, слушатель должен проделать за пределами “светлого поля сознания” определенную мыслительную работу. Сигналом для её осуществления оказывается нарушение логических отношений: предложение со структурной деформацией лишь надевает на себя форму отождествительно-предметных, но не становятся таковыми. Отождествительно-предметные предложения основаны на мыслительной операции сведения неизвестного (видового) к известному (родовому) или наоборот: *Петр - коренной москвич; Сигнал - красный огонь* (Ломов, 1994, с. 74-77). В предложениях со структурной деформацией эта операция не работает, так как предмет - подлежащее и предмет - сказуемое не вступают в “видо-родовые” отождествительные отношения. В рассматриваемых структурах сказуемое чаще всего может выражать: содержательное наполнение предмета - подлежащего (*Второе отделение полностью Бах*), его состояние (*Одна касса - обеденный перерыв*), его отличительное свойство (*Корейка - один жир*), его местоположение (*Булонь - это берег Франции*) и т.д. (Красильникова, 1990, с.44-45).

Предложения со структурной деформацией оказываются одним из способов реализации принципа превращенной формы, когда она плутует в сговоре со своим содержанием (Ломов, 1994, с.62). Об этом способе М. Мамардашвили писал, что формальная сторона предмета иногда “получает самостоятельное “сущностное” значение, обособляется, и содержание меняется... иным отношением, которое сливается со свойствами материального носителя (субстрата) самой формы... и становится на место действительного отношения, причем это происходит не в сознании наблюдателя, а в самой действительности (Мамардашвили, 1992, с.270-271).

Восстановление предложений со структурной деформацией оказывается возможно благодаря тому, что инвентарь отношений между различными предметами, взятый в целом, отражает устройство мира, пропущенное через языковое сознание. По словам О. Мандельштама, “любое слово является пучком, и смысл торчит из него в разные стороны” (Мандельштам, 1994, т.3, с.226). Этот “торчащий смысл” предопределяет вектор движения ассоциации: опираясь на общую обстановку речи, а также на значения предмета - сказуемого, слушатель без особых усилий восстанавливает отношения, которыми они связаны.

Имплицитные отношения могут быть бесконечно разнообразны. Некоторые из них реализуются при метонимическом переносе имени с одного класса объектов (или единичного объекта) на другой класс (или единичный объект). Так, предмет - подлежащее может в предложениях со структурной деформацией обозначать место (населенный пункт), а предмет -сказуемое - событие, с ним связанное: *Цусима - бой, предмет изучения в академиях и штабах, объект жарких споров и субъективных рассуждений* (“Книжное

обозрение”), Ср.: “Бородино” - битва на Бородинском поле и название населенного пункта. В других случаях предмет - подлежащее указывает на действие, а предмет - сказуемое - на вовлеченный в действие предмет: *Будучи учителем, я бы никогда не стала бастовать... Учитель - это личность, а забастовка - толпа.* (“Труд-7”); Ср.: “Свисток” - акт свиста и приспособление для свиста. Распространенными оказываются такие варианты предложений, в которых предмет - подлежащее выражает целое, а предмет - сказуемое - часть (или наоборот): *Венеция - это вовсе не всем известные каналы и лакированные гондолы, это закутки* (“Общая газета”) Ср.: груша - дерево и плод. Встречаются также случаи, когда предмет-подлежащее называет имя автора, предмет - сказуемое - его произведение (или наоборот): *У вас почти все оперы имеют в основе сюжет из литературной классики: “Нос” и “Шинель” - Гоголь, “Дворянское гнездо” - Тургенев, “Идиот” и “Братья Карамазовы” Достоевский, “Ростовское детство” - Дмитрий Ростовский* (“Книжное обозрение”); *Грин - это “Иду на грозу”, “Картина”, “Зубр”* (“Книжное обозрение”) Ср.: читать Толстого.

Ассоциативные связи по смежности в предложениях со структурной деформацией далеко не исчерпываются теми, что актуализируются при метонимии. Они могут быть представлены и другими вариантами.

Вариант первый: определяемое обозначает время (год, месяц, число), определяющее - событие, связанное с ним (или наоборот): *1968 - чемпионат Казахстана по шахматам, и она чемпионка. Московский университет, первое репетиторство, первое правильно организованное дело. 1990 - первый коммерческий центр обучения* (“Книжное обозрение”).

Второй вариант: определяемое обозначает место, которое характеризуется через определяющее путем указания на так или иначе связанные с этим местом природные факторы, события, имя человека и т.д.: *Венеция - это вовсе не всем известные каналы и лакированные гондолы, это закутки* (“Общая газета”).

Вариант третий: определяемое обозначает явление, определяющее - имя человека, являющегося знаком этого явления: *Детектив - это Агата Кристи* (“Книжное обозрение”).

Вариант четвертый: определяемое актуализирует явление, определяющее его следствие: *Здоровая экономика - это приличные доходы трудящихся, божеские пенсии уже не трудящихся, нормальное здравоохранение и образование, низкий уровень смертности и преступности - в общем, все как у нас, только наоборот!* (“Комсомольская правда”).

Вариант пятый: определяющее выражает содержательное наполнение определяемого: *Первый том - это “Кортик”, “Бронзовая птица”, “Выстрел”* (“Книжное обозрение”).

Вариант шестой: определяющее представляет определяемое через отличительное свойство: *На мой взгляд, знаменитый фильм “Крестный отец” - это большая наивность* (“Комсомольская правда”).

Представленная классификация, основанная на семантическом своеобразии определяемого и определяющего, далеко не исчерпывает

многообразия отношений, имплицированных в деформированных структурах, а называет лишь те, что обрели некоторую устойчивость.

Наряду со структурами, стремящимися к стандартизации, можно выделить такие, в которых предметы, явления, события соединяются самым неожиданным образом, как в следующих случаях:

Глупый пингвин, который прячет тело жирное в утесах, - это дурной нерифмованный четырехстопный хорей, который похож на бунинскую "Песню о Гайавате", гениальный перевод довольно среднего эпоса Лонгфелло ("Книжное обозрение"); Российская жениcina - "богородица", "девушка с косой", "русская красавица", "россиянин - "Мишенька Карамазов", "Левша", "Гагарин с улыбкой", "Иванушка-дурачок", "богатырь русский". Россия - это мама, свет, красивая зима и осень; Страшно то, что для одной девочки Россия - это бананы ("Экономическая газета")

Предложения со структурной деформацией широко используются в сферах массовой коммуникации, где они теряют свою экспрессивность и тяготеют к стандартизации. Их применение можно наблюдать в информационных сводках о погоде, спорте, в сообщениях о ценах на продукцию, объявлениях. В особой форме деформированные структуры используются при составлении программ передач, в календарной информации: *Москва и Московская область - переменная облачность, температура днем около 10 градусов тепла, ночью 4-6 градусов ("Труд"). Индивидуальные результаты российских гроссмейстеров по доскам таковы: Гарри Каспаров - 7 очков из 9; Владимир Крамник - 4,5 из 9, Алексей Дриг 5 из 8 ("Труд"); Вот некоторые результаты первых матчей 1/8 кубка кубков: "Галатасарай" (Турция) - "Пари Сен-Жермен" (Франция) - 4:2; "Сьон" (Швейцария) - "Ливерпуль" (Англия) - 1:2; "Брат" (Норвегия) - ПСВ "Эйндховен" (Голландия) - 2:1 ("Труд"); Вот какие записи появились в моем блокноте после непродолжительного мониторинга стоимости путевого проживания в отдельных, как считается, приличных местах: Санаторий "Сочи" - 350000 рублей, санаторий "Белоруссия" - 350000 рублей, пансионат "Зеленая роща" - 500000 рублей ("Труд-7")*

В последние годы предложения со структурной деформацией широко используются в сфере рекламы, вытесняя другие синтаксические структуры. Причины такой популярности объясняются их информационной насыщенностью, максимальной спрессованностью формы, способной вместить весьма разнообразное содержание, экспрессивностью. Кроме того, характер возможных отношений между предметом - подлежащим и предметом - сказуемым в рекламных текстах выявляется четко и однозначно, так как цель их - дать информацию о наличии товаров и услуг и тем самым стимулировать активность покупателя.

Заметим, что в рекламных текстах чаще всего нет высказывания как такового, а есть лишь несколько автономных существительных в именительном падеже, связующие отношения между которыми хорошо просматриваются. Такого рода экспансия именительного падежа широко реализуется в сфере разговорной речи.

Псевдовысказывание, интерпретация которого на уровне понимания однозначна, на словесном уровне может быть представлено по-разному:

Международная выставка музыка - Москва - 96

- Музыкальные инструменты
- Звуковое оборудование
- Светотехническое оборудование
- Полиграфическая продукция ("АиФ").

Ср.: На международной выставке музыка - Москва - 96 представлены для продажи музыкальные инструменты, звуковое оборудование и т.д. или Международная выставка музыка-Москва- 96 предлагает музыкальные инструменты, звуковое оборудование и т.д..

Характер имплицитных отношений в псевдовысказывании восстанавливается на основе семантики имен существительных, которые могут называть: а) предприятие и продукцию, которую оно реализует:

Торговый дом "Бобер" Высококачественные отделочные и строительные материалы из Германии и США ("АиФ")

б) предприятие и круг услуг, которые оно может оказать:

АИМ "Экономика и жизнь" оценка объектов недвижимой собственности;

определение рыночной стоимости основных фондов предприятий;

анализ эффективности инвестиционных проектов;

маркетинговые исследования по широкой тематике;

("Экономическая газета")

в) продукцию предприятия и ее основные характеристики:

Швейцарский армейский нож

1. Надежность и многофункциональность

2. Лезвие из нержавеющей стали со специальной заточкой

3. Пожизненная гарантия ("АиФ").

Текст рекламы может имплицировать как один тип отношений (см. приведенные выше примеры), так и несколько. При этом восстановление также осуществляется с опорой на семантику имен существительных, которые называют:

1) предприятие, выпускаемую (или продаваемую) им продукцию и круг услуг, которые могут быть оказаны при её приобретении, доставке, использовании:

Со склада в Москве техника Балканкар

- электропогрузчики, автопогрузчики

- платформенные тележки

- любые запчасти, двигатели

** доставка в любую точку НГ ж/д контейнером*

** предпродажная подготовка*

** гарантийное обслуживание ("Труд");*

2) предприятие и выпускаемую или продаваемую им продукцию, её характеристики, характеристики услуг, которые могут быть оказаны при её покупке, доставке, установке, использовании:

Бжецкий опытно-экспериментальный завод

Мельницы

производительность 700 кг/час,

*общий выход муки - 65%,
окупаемость - 4-6 месяцев, монтаж,
гарантийное обслуживание в течение года* (“АиФ”).

Рассмотренные предложения с деформированной структурой есть воплощение минимальной словесной и максимальной смысловой насыщенности. Их функционирование подтверждает слова А.М. Пешковского: “Чем меньше слов, тем меньше недоразумений” (Звегинцев, 1965, с.240).

-
1. Звегинцев В.А. История языкознания XIX - XX веков в очерках и извлечениях. М., 1965.
 2. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. М., 1971.
 3. Красильникова Е.В. Имя существительное в русской разговорной речи. Функциональный аспект. М., 1990.
 4. Ломов А.М. Типология русского предложения. Воронеж, 1994.
 5. Мамардашвили М. Как я понимаю философию. М., 1992.
 6. Мандельштам О.Э. Разговор о Данте // Собр. соч.: в 3 т. М., 1994. Т. 3. - с.216-260.

Ю.А.Панов

Экспансия сниженной лексики и проблема лакунарности

Интенсивное распространение сниженных слов и выражений в разговорной и (потенциально) литературной речи является в течение последнего десятилетия наиболее заметным языковым процессом в России. Эта тенденция не утрачивает активности и сегодня, более того, едва ли ошибется тот, кто предскажет ее нарастание в ближайшие годы. Сегодня центробежным, а не центростремительным оказывается движение лексических и стилистических потоков в языке и культуре; не литературный язык, нормированный и кодифицированный, идущий от Пушкина и закреплённый в академических словарях, концентрическими кругами разворачивается в национальном языке, а напротив, от окраин к его центру стягиваются лексика (прежде всего) и грамматика. Это может быть вызвано тем, что в общепотребительном языке на определенном историческом этапе его развития ощущается некий вакуум, некая неадекватность номинативных средств реальности, что требует заполнения и компенсации.

Сегодня мы наблюдаем, что материал для такого заполнения разговорная речь берет не «сверху» (из литературной системы), а «снизу» – из просторечия и всевозможных жаргонов. Нетрудно заметить, что указанный языковой вакуум носит двоякий характер. С одной стороны, носитель языка ощущает «техническую» неадекватность своей речи – несоответствие того, как он пользуется языком в данный момент, тому, как он мог бы удобнее для него пользоваться языком, если бы немного изменил его: сократил бы отдельные формы, устранил бы несущественные, с его точки зрения, варианты, облегчил бы произнесение слов переносом ударения на начальные слоги и т.д.

Таким образом, активизация сниженных лексических форм в современной русской речи частично объясняется внутренними закономерностями в развитии языка как системы, но гораздо более важными трансформаторами современного русского дискурса выступают экстралингвистические факторы.

Реальный мир, развиваясь, меняется быстрее, чем отражающий его язык. Закрытое, непривычное вырывается из запретных сфер и вторгается в обыденный мир человека. Логика материального развития приводит к появлению неизвестных ранее реалий. Возникновение рынка означает ликвидацию «теневого экономики» (в обыкновенном сознании преступной), спекуляции и связанной с ней криминальной инфраструктуры. Человек почувствовал себя в новом материальном мире, и, чтобы его осознать, потребовалось его переименовать. Слово *милиционер* оказалось неадекватным реальному работнику правоохранительных органов, потому что это был уже другой работник, – появился *мент*. Словами *обманывать*, *мошенничать* раньше назывались совсем другие действия, чем те, которые человек видит сейчас, – сегодня обманывают дерзко, по-крупному, *кидают*. В СССР секса «не было», и эта фраза, вырвавшаяся на заре перестройки у участницы одного из популярных тогда телемостов, глубже, чем кажется: секса, действительно, не было как предмета осознания в общеупотребительном языке; были слова *любовь*, *близкие отношения*, а термины, связанные с физиологией половых отношений, бытовали в низших слоях языка. Потребность в осознании этой стороны жизни на широком общественном поле привела к возникновению соответствующих слов. Вакуум, который образуется на месте разрыва между новой реальностью и ее осознанием, более или менее настоятельно требует заполнения.

В существенной части случаев новая материальная среда возникает как результат легализации закрытой прежде от широких общественных слоёв реальности. Уже наименованная арготическим словом, реалья недолго остается неназванной в общеупотребительном языке, который охотно заимствует жаргонную лексику. В других случаях реалья переосмысливается, видится иначе, и тогда вместо *милиционера* появляется *мент*, вместо *бездельничать* – *дурковать*, вместо *идти* – *канать*, вместо *спать* – *кемарить* и т.д. Очевидно, что требовать осознания может как реалья целиком (и тогда в языке появляются лексические лакуны), так и отдельное новое качество уже именованной в языке реалии (и тогда мы будем говорить о стилистической лакуне). Лексические лакуны заполняются новыми словами, не имеющими однословных синонимов в общеупотребительном языке (*крыша* 'криминальная поддержка предпринимательской деятельности', *кумарить* 'употреблять наркотическое вещество', *наезжать* 'в грубой форме предъявлять претензии кем-либо', *приход* 'начало действия наркотического вещества', *разморозиться* 'прервать наркотический голод' и т.д.); стилистические лакуны замещаются экспрессивными синонимами уже имеющихся в языке слов (*баян* 'шприц', *глюк* 'галлюцинация', *жмурик* 'труп', *замочить* 'убить', *оттягиваться* 'развлекаться' и проч.).

Не все лакуны, как показывают наблюдения, заполняются сниженными словами. Реалья, пришедшая с Запада, скорее всего, будет осознана в

иноязычной лексеме. Однако поток сниженных лексических единиц в общенациональный язык столь интенсивен, что заставляет говорить об экспансии жаргонных слов в современном русском языке; эта интенсивность объясняется, на наш взгляд, интенсивностью проникновения в общенациональную культуру ранее закрытых, воспринимающихся как сниженные, реалий. Таким образом, центростремительная направленность современных языковых процессов объясняется, с одной стороны, общими закономерностями системы языка, с другой – новыми тенденциями в его общественно-культурном окружении.

О.А.Лунина

Выражение противоречия в ограничительно-противительных сложносочиненных предложениях

Как известно, формальная структура сложного предложения далеко не всегда соответствует его содержательной структуре: количество семантических звеньев может быть гораздо больше, чем количество формальных звеньев. Это обстоятельство необходимо учитывать при анализе интересующих нас отношений противоречия.

В ограничительно-противительных предложениях речь идет о таких двух явлениях, из которых «второе ограничивает возможность осуществления, результативность или полноту проявления первого» (Грамматика современного русского языка. М., 1970, с.671).

В ходе проведенного исследования нами было установлено, что предложения, в которых подчинительный союз обозначает какое-либо противодействие или ограничение, может выражаться в нескольких вариантах:

1) действие, обозначенное во второй части, не реализуется, несмотря на все усилия, предпринятые действующим лицом во второй части, имеет место безрезультатность всех предпринятых усилий: *Андрей пытался миновать гуляющих стороной, но остроглазые девчонки приметили солдата, стали у него на пути* /А.Приставкин/;

2) действие во второй части не реализуется, несмотря на его желательность, указанную во второй части. Это так называемые предложения неосуществившегося намерения: *Ему хотелось в сердцах плюнуть на асфальт, ... но капитан сдерживался, решив поскорее избавиться от назойливого и назлового коллеги* /Б.Руденко/;

3) действие, обозначенное во второй части, реализуется, несмотря на его нежелательность, указанную в первой части: *Не хочется мне, чтобы и про мою личную жизнь были осведомлены Виталий Сергеевич с Семеном Григорьевичем. А ведь осведомлены же – теперь я в этом не сомневаюсь* /М.Гладкова/;

4) действие во второй части продолжает осуществляться, несмотря на препятствия и трудности, указанные в первой части: *В общем, ухаживать за такой девушкой было непросто, но Максим был терпелив и настойчив и ни за что на свете не хотел отступать от намеченной цели* /Е.Свиридова/.

Ограничительно-противительные предложения предполагают объективную модальность. Однако гораздо чаще встречается гипотетическая модальность - в конструкциях, в которых в первой части сообщается о различного рода нереальных действиях, состояниях, признаках, а во второй – о препятствиях, возникающих на пути их реализации. Предметная модальность таких предложений характеризуется тем, что в их первой части сообщается о намеченных к осуществлению действиях, а во второй – о том, что помешало их реализации.

Дейктическая ориентация данного вида предложений совмещается с таксисной, причем первая представлена глагольными формами времени, а вторая – союзными средствами. Для ограничительно-противительных предложений характерна как однократная (с отношениями следования, предшествования и одновременности), так и многократная ситуация.

А.Коноплин

Диалог в интернете как гибридная форма языка

Диалог в интернете (чат) является письменной формой языка, имитирующей, однако, устную.

При общении в чате собеседники пытаются восполнить отсутствие тех возможностей, которые предоставляет не просто устное общение (например, разговор по телефону), а общение живое, непосредственное, в присутствии реального собеседника. При этом чат не предоставляет такие экспрессивные возможности как использование интонации, регуляция громкости голоса, сопровождение беседы различными действиями. Эти возможности в чате компенсируются за счёт особых знаковых средств.

Так, звуковая экспрессивность вводится в текст беседы *сознательным изображением искаженных языковых норм*.

тоуо: хорошо быть птичккою...

НеПеРеУбЕдИмАя МоТя (улыбаясь): ты мне её номер тела скажи, а то мне лень за записнухой **перетца**

Бомба (почёсывая затылок): А кто это?

Громкий голос, крик имитируется шаутом (от англ «крик»)- сообщение, набранное буквами верхнего регистра:

Платиновый: МЛИН В АСЬКЕ НЕТУ НИКОГО

Сопровождение беседы различными действиями имитируется с помощью ремарок:

Фёкла (прыгая от радости): Артур пришёл!

Смайлики являются комплексным средством для выражения эмоций и представляют как интонацию, так и мимику:

- :) – радость, шутливость;
- :(– обида, досада;
- :) – ироничность, сообщение не следует воспринимать всерьёз;
- : -o) – удивление.

Выражаются и физические состояния: %) – говорящий пьян.

В качестве выразительных эмоциональных средств очень активно используются многократно повторяемые междометия или лексические средства одобрения с изображением искажения произносительных норм:

тоуо : ууууууу!!!!

HeПеРеУбЕдИмАя МоТя (улыбаясь): ух ты...классно...младец она

Сравнение общения в чате с общением в других средствах интернета показывает, что основными целями чата являются поддержание коммуникативного контакта и самовыражение. Так, скажем, в интернет-форумах или гостевых книгах часто используются такие средства интернета, которые позволяют качественно и оперативно передать нужную информацию. Отсюда обилие гиперссылок в теле сообщений. В чате гиперссылка встречается редко.

В пользу предположения об интересе к поддержанию коммуникативного контакта как таковому говорит тот факт, что тема сайта в чате практически никогда не соблюдается. В тех же форумах за «оффтопик» может последовать наказание. Даже если чат предназначен для общения группы людей, объединённых по интересам, их специальные знания часто становятся не предметом обсуждения, а ключом к общению, средством выделить своих и чужих, способом установить первичный коммуникативный контакт.

В пользу предположения об обязательном наличии в чате функции самовыражения говорит и выбор псевдонима при разговоре. Часто поведение в чате опосредовано выбранным псевдонимом. Например участник беседы с псевдонимом «Арайа, небесно-голубой дракон» использовал при общении следующие ремарки: «задумчиво пожёвывая кончик хвоста», «радостно выписывая круги под потолком», «начинает есть Бесцветного» (собеседника).

Таким образом, влияние устной речи на письменный язык интернета в чате представляется вполне очевидным. Причиной этого является доминирование стремления к живому общению над интересом к новой информации в данном средстве интернета. Диалог в чате представляет собой обмен письменными текстами, максимально имитирующими живую спонтанную речь, что и позволяет назвать чат гибридной (устно-письменной) формой языка.

О.В.Высочина

Иноязычные слова в лексической системе языка

В мире нет языков, словарный состав которых не обогащался бы за счет иноязычных заимствований. Процесс заимствования является закономерным следствием развития любого языка.

В настоящее время проблема заимствований приобрела особую остроту.

Массовый приток новых иностранных слов является следствием развития рыночных отношений в России, популяризации определенных отраслей науки и техники, повышения интереса к социальным явлениям в обществе - все это и обуславливает формирование тематические групп новых заимствований, которые составляют прежде всего термины экономики, политики и информатики (компьютерная лексика).

Все работы по заимствованиям предполагают разграничение ряда терминов: *лексика иноязычного происхождения* – общее наименование пришедших и приходящих, освоенных и не освоенных слов другого языка, временно или постоянно употребляемых в. Основными типами иноязычных слов являются собственно заимствования, иностранные слова и иноязычные вкрапления, варваризмы и экзотизмы. *Собственно заимствования* – это слова иноязычного происхождения, освоенные (ассимилированные) языком-носителем, слова, включенные в систему нового языка. Заимствования зачастую настолько приспосабливаются к системе заимствующего языка и усваиваются им, что иноязычное происхождение этих слов не ощущается носителями языка и обнаруживается лишь с помощью этимологического анализа.

В отличие от полностью освоенных заимствований, выделяются слова, которые сохраняют следы своего иноязычного происхождения в виде звуковых, орфографических, грамматических и семантических особенностей, которые чужды исконным словам. Они употребляются в речи, но не являются частью лексической системы использующего языка. Такие слова мы называем *иностранными* или иноязычными.

Иностранные слова, ранее относившиеся главным образом к специальным отраслям знания или производства, сейчас широко используются в повседневной речи.

Иногда введение в язык нового иностранного слова не обуславливается заимствованием соответствующего понятия. Есть многочисленные случаи, когда слово заимствуется для понятия, которое в заимствующем языке уже имеет свое название. Нередко иностранные слова используются при создании термина для нового, только что сформировавшегося понятия.

Предпосылок заимствований в наши дни можно назвать несколько: 1) интенсификация коммуникативных контактов носителями русского языка с носителями других языков; 2) готовность общества принять иноязычные средства выражения.

Причин, по которым один язык заимствует из другого языка, чрезвычайно много. Опираясь на работы ведущих лингвистов в этой области, мы выделяем главные из них: 1) экстралингвистические (внеязыковые), внешние и 2) внутрilingвистические, т.е. собственно языковые, внутренние.

К экстралингвистическим причинам можно отнести: 1) влияние культуры одного народа на культуру другого; 2) повышение интереса к изучению того или иного языка; 3) осуществление мер в области языковой политики, направленных на поощрение и совершенствования процесса обучения иностранным языкам, на формирование активного двуязычия; 4)

авторитетность языка–источника (это приводит к заимствованию многих языков из одного и появлению интернационализмов); 5) исторически обусловленное увеличение определенных социальных слоев культурой чужой страны и другие причины.

К внутрилингвистическим причинам заимствования относят следующие: 1) отсутствие в родном языке эквивалентного слова для нового понятия или предмета – это основная причина заимствований; 2) тенденция к использованию одного заимствованного слова вместо описательного оборота, т.е. стремление к краткости, например, мотель – гостиница для автотуристов, снайпер – меткий стрелок и т.п.; 3) стремление к детализации определенного понятия, разграничению некоторых его смысловых оттенков, путем "закрепления" их за разными словами, т.е. стремление к точности, например, грант, имидж; 4) традиция заимствования из определенного языка–источника, например, компьютерная, спортивная терминология заимствуется из английского языка: тюнер, сканер, джойстик, овертайм, армреслинг, бодибилдинг и др.; 5) социально-психологические причины: а) тенденция к экспрессивности, престижность иностранного слова приводят к появлению иноязычных стилистических синонимов, например, обслуживание – сервис, макияж – мэйкап, тинейджер – подросток, реклама – паблисити, мультипликация – анимация и др.; б) коммуникативная актуальность: перед выборами чаще используются слова электорат, рейтинг, импичмент и т.п.; в) создание интернационального жаргона: хайлайф, чезинг, сингл, лейбл, блейзер и др.

Бывают случаи, когда заимствуются не одно, а два или более значений многозначного иноязычного слова, связь между этими отдельными значениями теряется, и они воспринимаются как омонимы. Как правило, это вызывается специализацией употребления, ограничением области или стиля употребления заимствования. При заимствовании нескольких значений они обычно используются в разных областях науки и вероятность их совместной встречаемости в одних и тех же текстах чрезвычайно мала. Например, нота в музыкальной терминологии – графический знак для записи музыкальных звуков, а в общественно-политической терминологии – дипломатическое обращение одного правительства к другому.

Большинство лингвистов справедливо считают, что процесс заимствования – сложное явление, которое проходит три основных этапа: проникновение иноязычного слова в новый язык, неоднократное употребление этого слова на уровне речи и последующее вхождение в систему языка–рецептора. На втором этапе происходит частичное усвоение слова. Конечная стадия усвоения – это полное уподобление словам воспринимающего языка, полная формальная и семантическая адаптация иноязычного материала.

Не все слова, попавшие в русский язык проходят три этапа усвоения. Некоторые задерживаются на начальной стадии и воспринимаются говорящими как иностранные. В этом смысле все заимствования можно разделить на неосвоенные, частично освоенные и полностью усвоенные.

На современном этапе развития проблемы с точки зрения ассимилированности в новом языке иноязычные слова могут быть

классифицированы следующим образом (Беляева С.А. Английские слова в русском языке. – Владивосток, 1984. – С. 58):

неосвоенные иноязычные слова – слова, оформленные средствами русской графики, но не утратившие непосредственной связи с языком-источником, сохраняющие свой «иноязычный паспорт»;

частично освоенные заимствования – слова, оформленные графическими средствами русского языка, вошедшие в его фонетическую и морфологическую системы, но сохраняющие внутреннюю связь с языком-источником;

полностью усвоенные слова характеризует полный отрыв от языка-источника, высокая степень формальной и семантической ассимиляции.

Важнейшим показателем того, что иноязычное слово освоено принимающим языком, является не только формальная ассимиляция заимствования, но приобретение им своего собственного лексического значения, коннотаций, эмоционально-оценочных сем и т.п. Это станет возможным только после того, как «к рефлексивному слою чужой культуры мы пристроим бытийный слой своей» (Н.В.Уфимцева, лекция 1999 г. в ВГУ). Иностранное слово перестанет быть «мертвым», когда оно вместит в себя «энергию нашего культурного действия» (Н.В.Уфимцева, лекция 1999 г. в ВГУ).

Попав в русский язык, иностранное слово нередко меняет свое значение или преобразует его, приобретая новые оттенки значения, дополнительные значения, которые не были характерны для него в родном языке. Изменяется предметно-понятийная соотнесенность слова, происходят процессы расширения или сужения объема значения, генерализация и др. Например, шоп (от англ. shop) – в Америке, Англии это любой магазин, а у нас только престижный, с высокими ценами и иностранными товарами; офис (от англ. office) – исконное значение – любая контора, в русском варианте – резиденция преимущественно солидной фирмы (сужение смыслового объема).

Такие выводы позволяют сделать результаты проведенного нами психолингвистического эксперимента по изучению понимания значения иноязычного слова носителями русского языка.

В современном русском языке, на первый взгляд, изобилие заимствований. Число иностранных слов в различных сферах не одинаково, но весьма велико. Но это число значительно снижается, если подсчет вести не по иноязычным словам, а по понятиям, т.е. учитывать, для каких понятий имеются только иноязычные определения, а для каких – и русские, и иностранные синонимы.

Легкость, масштаб и скорость, с которой происходят заимствования, могут привести к злоупотреблению иноязычными словами в речи, к привлечению иностранной лексики даже в тех случаях, когда можно обойтись соответствующим русским словом.

К заимствованиям всегда было двойственное отношение. Одни считают, что рост числа заимствований в русском языке – ненормальное явление, засоряющее язык и препятствующее развитию словообразовательных возможностей.

Другие считают, что заимствования расширяют состав русской лексики и ведут к совершенствованию собственных ресурсов заимствующего языка.

Мы считаем, что общество принимает новое слово лишь тогда, когда оно не противоречит нормам языка и занимает свою нишу в системе языка. Важную роль при анализе заимствований следует отвести такому фактору как мода, престиж.

Если выше перечисленные факторы не имеют места, иностранное слово довольно быстро уйдет из языка.

И.А.Радченко

Семантические трансформации в лексике

(на материале лексики тематических сфер «Музыка», «Кинематограф» в русском языке конца XX века)

Изменения в структуре общественного устройства российского общества на исходе XX века послужили основанием для развития ряда процессов в лексике различных тематических сфер русского языка.

Как показывают лексикологические исследования, ЛТСМ и ЛТСК русского языка претерпели значительные качественные преобразования под влиянием перемен в общественном сознании и мировоззрении носителей русского языка в новейший период.

Наблюдения над языковым материалом свидетельствуют о том, что изменения в семантике ЛТСМ и ЛТСК касаются как семантической структуры слова в целом, так и структуры отдельных значений лексических единиц.

Для ЛТСМ и ЛТСК в большей степени характерен процесс расширения семантической структуры слова, который происходит за счет появления у лексемы новых значений. Ср.: *Видео – видеоманитофон и Видео – 1. Отрасль культуры. 2. Видеофильм. 3. Видеоманитофон. Бард – певец и поэт у древних кельтов и Бард – 1. певец и поэт у древних кельтов. 2. поэт и музыкант, автор и исполнитель собственных песен.*

Процесс расширения семантической структуры слов ЛТСМ и ЛТСК, как правило, объясняется стремлением к однословному обозначению реалий, имеющих в языке описательное выражение.

Наиболее значительные изменения, происходящие в структуре отдельных значений языковых единиц ЛТСМ и ЛТСК русского языка на исходе XX века, выявляются на уровне денотативного и эмотивного макрокомпонентов лексического значения. Подобные преобразования связаны с процессами «снятия идеологических наслоений» и переориентации номинаций.

Как показывает анализ ЛТСМ и ЛТСК, в большом количестве слов переориентация языковых единиц связана с исчезновением идеологизированной денотативной семы «типичное для капиталистического/буржуазного общества». Ср. в русском языке советского периода: *ретро – стили в западном искусстве...; продюсер – тот, кто*

осуществляет контроль над постановкой фильма в кинематографии капиталистических стран...

Следует отметить, что процесс «снятия идеологических наслоений» касается не только существенных идеологических денотативных сем, но и вероятностных, дополнительных. Ср. ранее: *кинобоевик – приключенческий фильм...(обычно о произведениях зарубежного кино); импресарио – частный предприниматель...(в капиталистических странах).*

Изменения, обусловленные сдвигами в денотативном содержании ЛТСМ и ЛТСК русского языка, проявляются на уровне эмотивных макрокомпонентов отдельных значений слов в устранении семы отрицательной оценки. Ср. в словарях русского языка советского периода : *Панк-группа – презрित. Ансамбль, исполняющий музыку в стиле панк-рок...; Шоу-бизнес – неодобр. Коммерческая деятельность исполнителей...*

Анализ процессов, происходящих в структуре отдельных значений ЛТСМ и ЛТСК, свидетельствует о том, что лексемы, обозначавшие ранее реалии и явления зарубежной действительности, утрачивают соответствующие семы и осознаются вне географической или какой-либо идеологической прикреплённости.

Е.П.Черногрудова

Семантическая двуплановость в газетных заголовках

Стремление привлечь внимание читателя побуждает авторов газетных заголовков прибегать к различным приемам, стимулирующим воображение читателя, содержащим вопросы, ответы на которые предлагается найти в тексте статьи или "обещающим" какую-либо сенсацию. Заголовочное место в газете, как считают многие исследователи, - это сильная, акцентированная позиция, так как именно на заголовки в первую очередь обращает внимание любой читатель, взявший в руки газету. Именно от того, насколько броским, интересным, привлекательным окажется заголовок, зависит, будет ли статья прочитана, насколько широкому кругу читателей она станет известна. Очевидно, что заголовок, способный реализовать вышеперечисленные функции, обязательно должен быть экспрессивно окрашен.

Одним из получивших в последнее время широкое распространение приемов привлечения внимания в публицистике является заголовок, содержащий второй, скрытый смысл, который, однако, воспринимается читателями сразу, без каких-либо дополнительных усилий. Такая "доступность", «эксплицитность имплицитного», то есть второго плана газетных заголовков представляет большой интерес для анализа.

Имплицитность второго плана газетного заголовка должна сочетаться с его доступностью, учетом уровня знаний потенциальных читателей статьи. Для создания такой двуплановости авторы газетных заголовков часто прибегают к использованию так называемых прецедентных текстов.

Под прецедентным текстом Г.Г.Слышкин предлагает понимать любую характеризующуюся цельностью и связностью последовательность знаковых единиц, обладающую ценностной значимостью для определенной культурной группы. Прецедентным может быть текст любой протяженности: от пословицы или афоризма до эпоса. Прецедентный текст может включать в себя помимо вербального компонента изображение или видеоряд (фильм, плакат, комикс). Частые отсылки к тексту в процессе построения новых текстов в виде реминисценций есть показатели ценностного отношения к данному тексту и, следовательно, его прецедентности.

Реминисценция (смутное воспоминание), обычно – результат невольного заимствования автором чужого образа, мотива, стилистического приема, интонационно-ритмического хода. В современном искусстве встречается как сознательный прием, рассчитанный на память и ассоциативное восприятие читателя.

Прецедентный текст всегда формирует социопсихическое образование, характеризующееся многомерностью и ценностной значимостью. Прецедентные тексты непременно вписаны в идеологический контекст эпохи, и, в этом смысле, они тесно связаны с рассматривавшимся В.Н. Волошиновым феноменом жизненной идеологии, определяемой им как "вся совокупность жизненных переживаний и непосредственно связанных с ними жизненных выражений". Именно жизненная идеология вовлекает произведение в конкретную социальную ситуацию. Произведение связывается со всем содержанием сознания воспринимающих, интерпретируется в духе данного содержания, освещается им по-новому. "В каждую эпоху своего исторического существования произведение должно вступить в тесную связь с меняющейся жизненной идеологией, проникнуться ею... Вне такой связи оно перестают существовать, ибо перестает переживаться как идеологически значимое" (В.Н.Волошинов).

Г.Г. Слышкин считает, что под влиянием изменений в жизненной идеологии нации непрерывно меняется корпус национальных прецедентных текстов, прежние тексты вытесняются, на их место приходят новые. Реминисценции, апеллирующие к прежним прецедентным текстам, не воспринимаются в качестве таковых и могут сами приобрести статус прецедентности, стать основой для новых реминисценций. Языковой состав национального корпуса прецедентных текстов зависит от существующей в данном социуме языковой ситуации. Например, для современной России (в отличие от ситуации в дореволюционной России) характерен монолингвизм, поэтому прецедентными для современной отечественной культуры становятся тексты либо созданные на русском языке, либо переведенные на него.

Различные реминисценции, в виде которых прецедентные тексты функционируют в дискурсе, выступают ассоциативными стимулами, оживляющими в сознании носителей языка концепты прецедентных текстов. Г.Г.Слышкин выделяет пять основных видов реминисценции, служащие средством апелляции к концептам прецедентных текстов: упоминание, прямая цитация, квазичитация, аллюзия и продолжение. Упоминание – апелляция к концепту прецедентного текста путем нетрансформированного

воспроизведения соответствующей языковой единицы. Прямая цитация – дословное воспроизведение языковой личностью части текста или всего текста в том виде, в котором этот текст сохранился в памяти цитирующего. Квазичитация – воспроизведение языковой личностью части текста или всего текста в умышленно измененном виде. Аллюзия – стилистическая фигура, намек посредством сходно звучащего слова или упоминание общеизвестного факта, исторического события, литературного произведения и т.п. Продолжение – текстовая реминисценция, основой которой, как правило, служат лишь художественные тексты и использование которой является обычно прерогативой профессиональных писателей.

Безусловно, эти и другие приемы используются авторами газетных заголовков в целях усиления выразительности последних. Газетная практика выработала определенную методику различного рода видоизменений прецедентных текстов.

Заголовки, основанные на использовании прецедентных текстов, помимо номинативной функции, выполняют функции речевого воздействия на читателя: экспрессивную, эмоционально-оценочную, аттрактивную (функция привлечения внимания), функцию создания юмористической ситуации, парольную функцию. Последняя функция определяется как текстовая реминисценция, направленная на доказательство или эмфатизацию принадлежности отправителя речи к той же группе, что и адресат (Г.Слышкин). Подобные заголовки служат прояснению смысла, убеждению читателя в чем-либо (прецедентный текст, как правило, обладает определенным культурным авторитетом у носителей языка), более четкой передаче оценочного компонента. Они реализуют тягу сознания к использованию засевших в нем штампов недавнего прошлого.

Как правило, цитаты из художественных произведений, популярных песен, известные изречения афористического типа, пословицы и поговорки и т.п. используются в газетных заголовках в расширительном переносном значении в условиях двуплановости сообщения.

Цитата является фоном, на который проецируется актуальное сообщение, и создает второй, дополнительный смысл. В результате актуализации основного смысла, который добавляется к фоновому, возникает новый, результирующий смысл заголовка, который и воспринимается в итоге читателем.

Например:

1. Путин нашел прием против воровства лома (КП, 2000, № 62)

Ср.: Против лома нет приема.

1) Информационный уровень (заголовок):

Путин решил проблему воровства лома.

2) Фоновый уровень (пословица):

В особо серьезных /опасных ситуациях бывает невозможно найти выход.

3) Результирующий смысл (возникающий в результате наложения друг на друга, взаимодействия информационного и фонового уровней):

Путин сделал то, что считалось невозможным.

В данном заголовке наблюдается также игра словом: *лом* -инструмент, *лом* - ненужный металл. Слово "лом", таким образом, актуализируется в заголовке одновременно в двух значениях.

2. Наш порошок ближе к вашей рубашке (КП, 2000, № 76)

Ср.: Своя рубашка ближе к телу.

1) Информационный уровень:

Наш порошок лучше для вашей рубашки.

2) Фоновый уровень:

Свое, привычное нам дороже, оно кажется лучшим.

3) Результирующий смысл:

Этот порошок – лучше для нас.

3. Пломбир сникерсу не товарищ (КП, 2000, № 76).

Ср.: Гусь свинье не товарищ.

1) Информационный уровень:

Пломбир обладает явным превосходством по отношению к сникерсу.

2) Фоновый уровень:

Привилегированное лицо не может сравниться с непривилегированным.

3) Результирующий смысл:

Пломбир занимает привилегированное положение в сравнении со сникерсом.

4. Сила есть, закон не нужен (КП, 2000, № 131).

Ср.: Сила есть, ума не надо.

1) Информационный уровень:

Если кто-либо располагает преимуществом в силе, он может игнорировать закон.

2) Фоновый уровень:

Если кто-либо располагает преимуществом в силе, он не нуждается в уме.

3) Результирующий смысл:

Игнорирующий закон характеризуется отсутствием ума.

5. Семь раз сбеги - один женись (КП, 2000, № 19).

1) Информационный уровень:

Чтобы удачно жениться, нужно несколько раз отказаться от этого намерения.

2) Фоновый уровень:

Тщательно обдумай, прежде чем принимать решение.

3) Результирующий смысл:

Удачная женитьба требует тщательного обдумывания.

Таким образом, в заголовках с "цитатным (прецедентным) фоном" возникает результирующий смысл, который синтезирует информационный (основной) и фоновый (дополнительный) уровни и образует целевой смысл заголовка, который всегда оказывается экспрессивным.

Прецедентные тексты предоставляют богатые возможности для создания экспрессивных заголовков через механизм осмысления семантической двуплановости этого заголовка. Они способствуют созданию в газетном заголовке многоуровневости, семантической неоднозначности. Мыслительная операция по усмотрению основного и фонового смысла и их наложению

остается предварительным механизмом понимания заголовка читателем, этапом в понимании заголовка в целом. Вследствие одновременной актуализации обоих уровней формируется результирующий смысл, который существует только в момент восприятия заголовка (т.е. является ситуативным), но именно ради результирующего смысла создаются заголовки исследуемого типа.

-
- 1.Кривенко Б.В. Фразеология и газетная речь// Русская речь-1993-№3.
 - 2.Лингвистический энциклопедический словарь./ Под ред. В.Н. Ярцевой. -М.: Советская энциклопедия, 1990.
 3. Стернин И.А. Лексическое значение слова в речи. - Воронеж: изд. ВГУ, 1985.
 4. Стернин И.А. Проблемы анализа структуры значения слова .- Воронеж: изд. ВГУ, 1979.
 - 5 Слышкин Г.Г. От текста к символу. Лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе.- М.:Academia, 2000.

Вахтель Н.М., Мохаммед Хелан Карим

Арабизмы - агнонимы в русском языке

Существует мнение, что фиксация заимствованного слова в толковом словаре русского языка является признаком его освоённости в языке – реципиенте. Не так давно вышла любопытная книга В.В. Морковкина и А.В. Морковкиной «Русские агнонимы» (слова, которые мы не знаем), в которой предложен специальный термин для слов, заимствованных и освоённых русским языком, но непонятных или малопонятных многим его носителям.

Даже относительная частотность таких заимствованных слов в средствах массовой информации не делает их более употребительными и понятными для них. Авторы называли такие заимствованные слова агнонимами (от греч. а – не, гноз – знание, и онима – имя).

Агнонимы «отражают не объективное соотношение слов в языке и речи, а отношение существования этих элементов в его сознании» [Морковкин, Морковкина, 1997 г, с 87]. В этой работе было выделено всего 8813 единиц – агнонимов среди слов, заимствованных из разных языков по следующим параметрам:

- совершенно незнакомое слово;
- имеется только представление о том, что оно может означать;
- известно, что обозначает, но не известны его особенности;
- известно, но нет представления о том, как выглядит предмет, называемый этим словом.

Отталкиваясь от этой интересной работы, мы поставили своей целью выяснить, какие из арабизмов в русском языке относятся к агнонимам. С этой целью была взята несколько иная система критериев, позволяющих сформировать корпус русских агнонимов среди некоторых слов, имеющих арабский этимон. Было проанкетировано 200 информантов – студентов 1 курса

филологического и экономического факультетов. Надо сразу сказать, что ощутимой разницы в результатах опроса между филологами и экономистами не обнаружено.

Информанты должны были отметить любым значком следующие пункты анкеты:

- не слышал слово;
- слышал, но не знаю;
- знаю приблизительно;
- мое понимание значения этого слова;

Для анализа было представлено 30 слов, заимствованных в разное время из арабского языка. Все они зафиксированы не только в словарях иностранных слов, но и в толковых словарях русского языка. Большинство информантов не слышали из представленных слов -17; слышали, но не знают их значение 3 слова; знают приблизительно 8 слов.

Кроме того, следующие слова, имеющие арабский источник, ошибочно семантировались:

- арака – музыкальный инструмент;
- бедуин – это человек, который охотится на змей, приносит беду, национальность, африканское племя, индеец из племени бедуин;
- бура – буддистский бог, карточная игра;
- бурнус – напиток или фрукт;
- ваххабит – народность на Северном Кавказе;
- газават – государство у горцев, террористическое государство, горец;
- гурии – разгневанные девушки, учитель, маг;
- джихад – имя, предводитель;
- муэдзин – китайское имя;
- надир – правитель в Афганистане, был убит, должность, имя, город;
- хадж – древнеиндийский монах, некто вроде русского боярина, должность.

15 из 30 слов, заимствованных из арабского языка и предъявленных информантам, оказались агнонимы в сознании опрошенных молодых людей и дополнили список агнонимов, данных в работе В.В. Морковкина и А.В. Морковкиной, где среди прочих заимствований 32 - лексемы имели арабский этимон.

Морковин В.В, Морковина А.В. Русские агнонимы (слова которые мы не знаем). М.1997 г.

Н.М.Шишкина

ЛСГ глаголов говорения в русском языке

Лексико-семантическая группа глаголов говорения в русском языке представляет из себя обширную группу, насчитывающую 279 лексических единиц.

В состав ЛСГ глаголов говорения входят 22 подгруппы – глаголы, выражающие сообщение в утвердительной форме; сообщение в

вопросительной форме; согласие и одобрение/несогласие и неодобрение; обиды, жалобы и недовольство; похвалу и благодарность; совет и пожелание; приветствие и прощание; предупреждение; извинение; эмоции; просьбу и требование; порицание, упрек и оскорбление; утешение и ободрение; хвастовство и лесть; иронию/насмешку; обозначающие ссору, брань, пререкание; приглашение; обмен мнениями; речевую деятельность без слов посредством звуков; безмолвное выражение речевой деятельности; имитацию речи животных и характеристику речи по степени 1) внятности звучания; 2) достоверности информации; 3) выразительности речи; 4) по вежливости/грубости и 5) по темпу речи.

Отметим, что структура рассматриваемой ЛСГ и входящих в нее подгрупп имеет полевой характер, где ядро поля составляют наиболее употребительные, наиболее многозначные и наиболее общие по своим основным значениям (семена Д1)¹ лексемы. К периферии относятся более конкретные, менее употребительные, а также имеющие стилистическую маркированность лексемы.

Так, например, подгруппа «выражение сообщения в утвердительной форме», включающая в себя такие подподгруппы как 1) собственно сообщение; 2) сообщение-убеждение; 3) сообщение-объяснение; 4) сообщение-приказание; 5) сообщение-обращение внимания представлена 64 лексическими единицами.

Ядро данной подгруппы составляют лексемы с высокой частотностью (100 и выше), как однозначные, так и многозначные, употребляющиеся для обозначения речи в семеме Д1, стилистически нейтральные, без ограничений в употреблении:

говорить/сказать, отвечать/ответить, предложить/предлагать, объяснить/объяснять, приказать/приказывать, повторить/повторять.

Основные признаки лексики, относящейся к ближней периферии – меньшая по сравнению с ядром частотность (50-100), стилистическая нейтральность, минимальная зависимость от контекста: *сообщить/сообщать, объявить/ объявлять, произнести/произносить, доложить¹/докладывать, велеть, командовать/скомандовать, убедить/убеждать.*

Единицы дальней периферии – это лексемы с низкой частотностью (10-50), такие как *изложить/излагать, уговорить/уговаривать, предсказать/предсказывать, перечислить/перечислять, известить/извещать, поведать.*

К крайней периферии относятся устаревшие, книжные, малоупотребительные лексемы *молвить, глаголить, огласить/оглашать, оповещать/оповестить, осведомить/осведомлять*, а также лексемы, которые в семеме Д1 входят в другую ЛСГ и выражают речевую деятельность в семемах Д2, К1 и К2 *заметить/замечать, выступить/выступать, выразиться/выражаться, обрисовать/обрисовывать.* Заметим, что языковые

¹ Нами используется типология семем М.М.Копыленко и З.Д.Поповой. Копыленко М.М., Попова З.Д. Очерки по общей фразеологии. - Воронеж, 1989. –С.31-32.

единицы крайней периферии составляют большинство единиц данной подгруппы (32 из 64).

Характеризуя ЛСГ глаголов говорения, следует также отметить, что количество лексем, входящих в разные подгруппы, неодинаково. Так, например, такие подгруппы как «выражение извинения», «выражение предупреждения» и «выражение сообщения в вопросительной форме» включают в себя только по 1 лексической единице (извиниться/извиняться, предупредить/предупреждать, спросить/спрашивать соответственно). В то же время подгруппа глаголов, выражающих сообщение в утвердительной форме включает в себя 64 лексические единицы, подгруппа глаголов, обозначающих характеристику речи – 42 лексические единицы, подгруппа «выражение согласия и одобрения/несогласия и неодобрения» – 26 лексических единиц.

Интересно, что разные семемы одной и той же лексемы могут входить в разные подгруппы рассматриваемой ЛСГ, а также могут выходить за рамки ЛСГ глаголов говорения и относиться к другой ЛСГ.

Так, лексема *просить*, насчитывающая 5 семем, в семеме Д1 «обращаться к кому-нибудь с просьбой о чем-нибудь» входит в подгруппу «выражение просьбы и требования», в семеме К1 «приглашать, звать» входит в подгруппу «выражение приглашения». Семемы же Д2 данной лексемы «хлопотать, вступаться за кого-нибудь», «назначать цену» и К2 «нищенствовать» (устар.) не содержат сему речевой деятельности и, таким образом, выходят за рамки данной ЛСГ.

Таким образом, ЛСГ глаголов говорения в русском языке представляет собой объемную и хорошо структурированную лексическую группировку с развитой полисемией, играющую важную роль в системе русского языка.

Л.А.Хрячкова

Использование библеизмов в речевом общении первой половины XX в. (на материале художественных произведений М.А. Булгакова)

Библия – не только Священное писание, знамя Христианства, свод жизненных правил, явление высшей духовной ценности, но и выдающийся памятник литературы.

Посредством библейских текстов русская литература выработала свои образы, сюжеты, символы, с опорой на него формировала свои ценности и идеалы. Она обращалась и обращается к библейской символике в силу необычайного богатства мудрости, заключенной в Библии.

В свою очередь произведения русской художественной литературы дают представления об особенностях речевого общения носителей русского языка в тот или иной период русской истории. При этом нужно учитывать личность писателя, общающегося с читателями и «заставляющего» персонажей так или иначе общаться друг с другом.

М.А. Булгаков, получивший образование и воспитание до революции, во многих своих произведениях использовал образ Христа, Богоматери, мотивы Апокалипсиса: один – по своему дарующему началу, другие – по своему карающему концу. Библейские образы и мотивы помогают осмыслить в диалоге писателя с читателем вечную драму бытия, ее трагическая тональность оказалась созвучной настроениям многих людей того времени. Такое мировосприятие складывалось прежде всего в результате сознания конкретных социально-исторических процессов эпохи, проблем человеческого существования («Белая гвардия», «Записки на манжетах», «Дни Турбиных», «Бег», «Зойкина квартира», «Адам и Ева», «Багровый остров», «Батум», «Роковые яйца», «Записки покойника», «Тайному другу», «Мастер и Маргарита», фелъетоны, письма М.А. Булгакова).

После Октябрьской революции интенсивное употребление в речи единиц библейского происхождения («вождями») и многими политическими деятелями интенсифицировало популярность таких единиц, хотя в то же время гонениям подвергался первоисточник и комментарии к нему. Многие, кто употреблял библейские выражения (даже писатели и публицисты, получившие образование в послереволюционный период), не всегда знали, к какому источнику такие слова и обороты восходят, т.к. Библия не переиздавалась, закон Божий в школах не преподавался. Такие слова, как Бог, Троица, Пасха, Богородица, Богоматерь и др. было запрещено писать с большой буквы, хотя они передают высочайшие понятия и уже проникли из специальных текстов в художественную литературу и газетные статьи в переносном значении. Многие лексические единицы и устойчивые сочетания религиозного содержания исчезли в результате господства антирелигиозной политики и пропаганды в советском обществе.

Несмотря на все запреты. М.А. Булгаков обращался к библейским образам, для его стиля характерно также и употребление религиозной терминологии. Живучесть таких выражений была обусловлена еще и тем, что их употребление связывалось с особой значимостью, выразительностью, с той или иной эмоцией, переживанием героев, автора.

В произведениях М.А. Булгакова, в речи персонажей и в авторской речи отмечены библеизмы, которые отражены в словарях русского языка:

тьма египетская (Пс. 104, 28; Исх. 10, 21-23, «Тьма египетская»),
 довлеет дневи злота его (Мф. 6,34, «Белая гвардия»),
 страшный суд (Откров. 6,17; Деян. 2, 20, «Белая гвардия»),
 Содом и Гоммора (Быт. 19, 24-25; Втор. 29, 23; Мф. 10, 15; 11, 23-24; Лк. 10, 12; 17, 29, «Белая гвардия», «Белобрысова книжка»),
 смертный грех (1 Ин. 5, 16-17, «Белая гвардия», «Богема», «Роковые яйца», «Собачье сердце», письма),
 сотворение мира (Пс. 146, 6; Деян. 4, 24; 14, 15; 17, 24, «Богема»),
 казнь египетская (Исх. 7-12, «Записки на манжетах», письма),
 зачем же бисер метать перед свиньями (Мф. 7,6, «Роковые яйца», «Адам и Ева»),
 умыть руки (Мф. 27, 24, «Роковые яйца»),

вавилонское столпотворение (Быт. 11, 1-9, «Неделя посвящения», «Говорящая собака», «Мастер и Маргарита», письма),
 геена огненная (Мф. 5, 22, «Главполитбогослужение»),
 манна небесная (Исх. 16, 13-17, 31; Числа 11, 7, «Двуликий Чемс»),
 нести свой крест (Мф. 10, 38; 16, 24; Лк. 9, 23; Мк. 8, 34, «Зойкина квартира»),
 Ноев ковчег (Быт. 6, 14; Евр. 11, 7, «Багровый остров», «Бег»),
 испить горькой чаши (Ис. 51, 17, «Бег», «Мастер и Маргарита»),
 Адам и Ева (Быт. 1, 27, «Адам и Ева»),
 моровая язва (Втор. 28, 21, 59; Откров. 9, 20, «Адам и Ева», «Мастер и Маргарита»),
 тридцать серебряников (Мф. 26, 15, «Мастер и Маргарита»),
 вкушать от древа познания добра и зла (Быт. 9, 17; 3, 3-7, «Война и мир»),
 ни на йоту (Мф. 5, 18, «Мастер и Маргарита»),
 каждому по делам его (Лс. 61, 13; Притч. 24, 12; Мф. 16, 27; Рим. 2, 6; Иез. 33, 20, «Записки покойника»),
 идти на Голгофу (Мф. 27, 33; Мк. 15, 22; Исп. 19, 17, «Записки покойника», «Мастер и Маргарита»),
 блудный сын (Лк. 15, 11-32, «Записки покойника»),
 не от мира сего (Ион. 8, 23; 17, 14, «Записки покойника»),
 от лукавого (Мф. 5, 37; 6, 13, «Записки покойника», «Тайному другу»),
 что есть истина? (Ион. 18, 37-38, «Записки покойника», «Тайному другу», «Мастер и Маргарита», письма),
 скрежет зубовный (Мф. 8, 12; 22, 13; 25, 30; Лк. 13, 28, «Записки покойника»),
 заблудшая овца (Лк. 15, 4; Мф. 18, 12-13, «Тайному другу»),
 одежда преступников (Пс. 21, 19; Мф. 27, 35; Мк. 15, 24; Лк. 23, 24; Ион. 19, 24, «Мастер и Маргарита»),
 я такой же (Лк. 23, 39; Мк. 15, 36; Лс. 68, 22; Ион. 19, 29, «Мастер и Маргарита»),
 каждому будет дано по его вере (Мф. 9, 29, «Мастер и Маргарита»),
 Данные выражения, реминисценции библейского текста, неразрывно слитые с другими изобразительными средствами языка, органически присущи индивидуальному авторскому стилю М.А. Булгакова, который обращался к вечным темам бытия.

Ю.В. Рощупкина

Иноязычные вкрапления в пьесах В.В. Набокова

Под иноязычными вкраплениями понимаются отрывки текста на иностранном языке, включенные в русский текст. Будучи стилистической категорией русской литературной речи, иноязычные вкрапления отличаются от иноязычных заимствований тем, что находятся за пределами русской языковой лексической системы и используются билингвами, в той или иной

мере владеющими иностранным языком. С точки зрения соотношения вкраплений с системами контактирующих языков (языка-источника и принимающего языка) выделяются следующие типы иноязычных вкраплений.

1. Полное иноязычное вкрапление, представляющее собой вставленный без всяких изменений в принимающий текст отрезок текста на иностранном языке.
2. Частичное иноязычное вкрапление, представляющее собой слово, словосочетание, предложение или более крупный отрезок иностранного текста, в той или другой мере (фонетически или морфологически) ассимилированные в принявших их языке или включенные в синтаксические отношения в составе русского предложения.
3. Контаминированное, или русско-иноязычное вкрапление (явление «ломаной» речи), представляющее собой русское слово, словосочетание, предложение или более крупный отрывок текста, употребленное по законам другого языка или с нарушением законов русского языка.
4. Нулевое вкрапление, представляющее собой обычный русский переводной текст или отрывок такого текста, включенный в оригинальную русскую речь.

В пьесах В. Набокова используются иноязычные вкрапления трех типов: полные, частичные (в русской и латинской графике) и контаминированные.

Полный тип отмечен в пьесах «Скитальцы», «Смерть» и «Полнос»: язык полных иноязычных вкраплений – английский, что напрямую связано с содержанием пьес, с местом, где происходит их действие, с национальностью героев. Полное английское вкрапление: «Vivian Calmbrood» («Скитальцы», 1923, с.80; здесь и далее цитируется по: Вл. Набоков. Пьесы. – М., Искусство, 1990) – является анаграммой имени и фамилии автора, это вкрапление несет знаковую функцию (присутствия автора в тексте). Полное английское вкрапление представлено и в качестве эпиграфа: «He was a very gallant gentleman» («Полнос», 1924, с.60). Используя в данном случае прием контаминации, В. Набоков соединяет часть текста из надписи на памятнике и часть – из дневника Скотта (прообраза главного героя), чтобы придать правдоподобие событию, изложенному в пьесе.

Полное вкрапление на латинском языке *Terra incognita*, входящее в интернациональный фразеологический фонд, употреблено в пьесе «Смерть» (1923, с.52), а в пьесе «Полнос» полное вкрапление на церковнославянском языке: «Отче наш, иже еси...» («Полнос», 1924, с.63).

В пьесе «Человек из СССР» (1926), действие которой происходит в Берлине и персонажами которой являются русские эмигранты, представлены частичные немецкие вкрапления: «Битте, драй унд драйсих, айнс нуль...», «Битте: фрейляйн Рубанская...» (разговор Марианны по телефону, с.241); «Таубендорф: Гегельштрассе пятьдесят три, пансион Браун» (с.238); «Федор Федорович: Гутенабенд» (с.236); «Марианна: Ауфвидерзейн» (с.242). Последние два примера представляют собой формулы немецкого речевого этикета.

В пьесе «Событие» (1938) в речи героев русских эмигрантов также отмечены частичные иноязычные вкрапления, но уже на французском языке,

т.к. действие пьесы происходит в провинциальном городке Франции: «Мешаев Второй: - Вы, что, с моим братом хороши? Или только видели его у бель-мер?.. Мерси. Мерси» (с.164).

В русской графике используются также следующие иноязычные вкрапления: «Барбомин: Предупреждаю влюбленных, что я научен слышать апарте яснее, чем прямую речь» (с.158); «Ревмин: Нужно об этом потолковать, выработать какой-нибудь модус вивенди» (с.112).

Есть и частичные иноязычные вкрапления, но в графике языка-источника они представлены в речи персонажей: «Сочельник: по небу сегодня *Aurora borealis* раздышалась» («Полюс», 1924, с.67, *Aurora borealis* (лат.) – Северное сияние); «Ты же у камина проникновенно пальцами хрустя, доказывал мне что-нибудь, *Systema Naturae* сухо осуждал...» («Смерть», 1923, с.53, *Systema Naturae* (лат.) – название труда шведского ученого Карла Линнея).

Контаминированные иноязычные вкрапления зафиксированы в пьесе «Событие» в речи Элеоноры Шнап: «Элеонора: Божмой... Когда я сегодня узнала, то приам всплеснула руками. Думаю себе: нужно чичас проведать пойти» (с.135).

Итак, в своих пьесах В. Набоков использует иноязычные вкрапления трех типов: полные, частичные, контаминированные. Языки вкраплений: латинский, английский, немецкий, французский. Некоторые из вкраплений являются единицами международного фразеологического фонда. Многие иноязычные вкрапления зафиксированы в речи персонажей пьес.

Выбор языка иноязычных вкраплений связан с культурной средой места пребывания и самого Набокова. Близкое к времени написания произведения проживание в Великобритании, годы учебы в Кембриджском университете влекут за собой использование английских и латинских вкраплений; культурно-языковая среда Германии обусловила введение в текст пьесы «Человек из СССР», героями которой являются русские эмигранты, частичных немецких вкраплений, а годы жизни Набокова во Франции повлияли на выбор языка иноязычных вкраплений в пьесе «Событие».

В. Я. Голуб

Имена числительные в СМИ

(«Остался ли в России хоть один человек, который умеет склонять числительные?»)

Вопрос, вынесенный в подзаголовок, был задан в 1995 году (Ф. Лустич. Литературная газета, № 24.), но не утратил актуальности в наши дни. Процитированная фраза имеет в газетной статье продолжение: "И если да, то отзовись же, динозавр!" Журналист уловил сложившееся в обществе извинительное отношение к тем, кто литературную норму нарушает, и ироническое – к тем, кто вызывает к её соблюдению.

Между тем, ошибки в употреблении имён числительных (ИЧ) не исчерпываются только их неправильным склонением. Наблюдаются и другие отклонения от литературной нормы в устной форме (в письменной речи

приняты преимущественно цифровые обозначения ИЧ). В различных видах и жанрах современного делового, политического и публицистического дискурса приводятся количественные данные, говорится о суммах, процентах, датах и т. п. Ошибки в употреблении ИЧ обнаруживаются в рекламе, публицистических выступлениях, в речи журналистов, телеведущих, гостей информационных и развлекательных программ, в комментариях интерактивных опросов. Наиболее распространены они в СМИ, с их ориентацией на неподготовленную диалогическую речь. Типичны такие ошибки в сфере использования ИЧ:

- отказ от склонения составных количественных ИЧ ("нет четыре тысячи пятьсот рублей"), или от изменения каждой их части, кроме последней ("свыше девятьсот пятьдесят пяти раз"), или "несогласованное" склонение частей таких ИЧ ("речь идет о двухсот пятидесяти тысячах рублей);

- изменение каждой части составных порядковых ИЧ при обозначении даты: "в двухтысячепервом (как написать?!) году";

- нарушения в употреблении падежной формы в количественно-именных сочетаниях при обозначении дробных величин ("4,6 процентов", "75,5 миллионов");

- использование в конструкциях со значением ограничения временных рамок (в XIX – XX веках) формы множественного числа последнего порядкового ИЧ в ожидании существительного множественного числа ("в девятнадцатом – двадцатых веках");

- ошибки в словоизменении и словоупотреблении отдельных традиционно "трудных" ИЧ и счетных слов: "до *полтора*ста", "до *шестист*а", "весит не более пяти *шесть*сот", "*двоих* его дочерей", "в *обоих* странах", "*через* *нару* лет" и т. д.

В спонтанной речи, наряду с собственно ошибками, иногда возникают "помехи", которые можно квалифицировать как коммуникативную неудачу говорящего. Имеются в виду:

- случаи, когда говорящий не предвидит возможности смешения адресатом простых и сложных ИЧ: "до 8-10 (или 80?) процентов" (то же в составе сложных прилагательных: "пятидесятилетние" или "пяти – десятилетние");

- случаи, когда говорящий не предусматривает возможного неразличения адресатом количественного ИЧ в родительном падеже и первой части сложного прилагательного, из-за чего : а) возникает двусмысленность ("после трехчасовых переговоров" или "после трех часовых переговоров"); б) появляется "мнимое" слово и вместе с тем незапланированный комический эффект ("*четы*рех местных представителей").

На фоне общей тенденции к снижению культуры речи ошибки и недочеты в употреблении ИЧ требуют от всех, кто работает в зоне повышенной коммуникативной ответственности, активизации усилий в сфере "экологии языка".

Употребительная иноязычная лексика в языке радио и телевидения

Один из наиболее живых и социально значимых процессов, происходящих в современной русской речи - процесс активизации употребления иноязычных слов.

В конце XX века возникли такие политические, экономические и культурные условия, которые определили предрасположенность общества к использованию иноязычной лексики.

В данной работе мы ставили цель выявить наиболее частотные в современном языке иноязычные слова. Материалом для наблюдений послужил язык радио и телевидения, так как в нем наиболее отчетливо и быстро отражаются изменения, происходящие в наше время во всех сферах языка. Было прослушано 50 часов радио- и телепередач таких, как "Настоящее время", "Процесс", "Времена". Данные передачи выбраны по принципу разнотипности. В результате прослушивания зафиксировано около 500 иноязычных слов.

Представим наиболее употребительную часть зафиксированных нами единиц. Цифра обозначает количество зафиксированных нами употреблений соответствующей единицы.

абстрактная лексика

стабильность	7
коррупция	6
виртуальный	4
оппозиция	4
популяция	4
регламент	4
элита	4
дестабилизировать	3
клонирование	3
компетенция	3
консенсус	3
криминогенный	3
реставрация	3
реструктуризация	3
девальвация	2
дестабилизация	2
диверсия	2
зомбировать	2
интуиция	2
кредо	2

конкретная лексика

террорист	7
регион	4
менеджер	4
аудитор	3
визит	3
дизайнер	3
дискутант	3
оппонент	3
эксперт	3
аргумент	2
бандит	2
бизнесмен	2
вирус	2
гарантия	2
демократ	2
депутат	2
инцидент	2
инвестор	2
наркоман	2
раунд	2

легитимный	2	снайпер	2
легализация	2	фермер	2
лоббизм	2	эрудит	2
приоритет	2		
прагматизм	2		
форум	2		
эволюция	2		
экология	2		

Таким образом, наибольшей частотностью в языке радио и телевидения обладает иноязычная абстрактная лексика. Достаточно высокая частота у иноязычной лексики тематических сфер "экономика" (финансирование, инвестор, субсидия, менеджер и др.) и "политика" (оппозиция, элита, легитимный, демократия и др.). Увеличение частотности иноязычной лексики наблюдается вследствие развития таких жанров как интервью, политический диалог, круглый стол и т.п., использующихся в радио- и телепередачах, доступных широкому кругу лиц. Это ведет к расширению пласта межстилевой лексики.

М.В.Шаманова

Частеречная организация лексико-фразеологического поля «Общение» в русском языке

Изучение литературы по проблеме лексических и лексико-фразеологических группировок показало, что коммуникативная лексика русского языка мало изучена. Есть исследования по глаголам речи, звучания, говорения в русском, английском и французском языках. Глаголы, действительно, занимают центральное место поля "Общение", однако в данном поле выделяются микрополя, состоящие только из имен существительных, а большинство микрополей включает в себя глаголы, существительные и в меньшей степени – прилагательные и наречия, а также фразеологические единицы различного типа. Поэтому рассмотрение соотношения единиц разных частей речи в ЛФП "Общение" в плане его системного описания представляет интерес.

Глаголы в исследуемом поле составляют 46% от общего количества лексем поля, существительные – 36%, прилагательные – 12%, наречия – 6%.

Отдельные микрополя в составе ЛФП "Общение" включают в себя только глаголы: "Побуждение к участию в разговоре", "Вступление в общение", "Прекращение разговора", "Сказать лишнее", "Говорить ерунду, вздор" (7% от общего количества микрополей).

Некоторые микрополя состоят только из существительных: "Бессмысленный, непонятный набор слов", "Виды текста", "Рассказ", "Высказывание, выражение" (6% от общего количества микрополей).

Большинство лексико-семантических и лексико-фразеологических микрополей представлены существительными и глаголами (74% от общего количества микрополей): "Общие наименования процесса общения", "Прекращение общения", "Вмешательство в разговор", "Знакомство" и др.

Фразеологические обороты с точки зрения их эквивалентности той или иной части речи делятся на глагольные, субстантивные, адverbиальные, адективные, междометные, модальные, союзные. В состав многих лексико-фразеологических микрополей входят только глагольные фразеологические обороты: "Распространение клеветы", "Ответ на вопрос", "Выражение согласия", "Доказательство", "Приказание" и др. (37% от общего количества микрополей).

Глагольные фразеологические обороты составляют основу большинства микрополей, другие типы фразеологических оборотов в данных микрополях единичны: "Вступление в общение", "Прекращение разговора", "Уклонение от разговора", "Пустые разговоры", "Сообщение недостоверной информации", "Выражение несогласия", "Обещание", "Широкое распространение информации", "Обращение с просьбой", "Критика", "Ссора, брань, конфликт", "Слушание", "Намек", "Характеристика речи по непрерывности", "Повтор одного и того же", "Вежливое, приятное обращение", "Выражение благодарности".

В ЛФП "Общение" не зафиксированы микрополя, включающие в себя только субстантивные, адективные или адverbиальные фразеологические обороты.

Таким образом, наиболее многочисленными в исследуемом поле являются глагольные фразеологические обороты (83% от общего количества фразеологических единиц поля), менее многочисленными – субстантивные, адverbиальные и адективные фразеологические обороты (6%, 9% и 1% соответственно). Модальные фразеологические обороты составляют 1% от общего количества фразеологических единиц поля. Остальные перечисленные выше группы с точки зрения эквивалентности фразеологических оборотов той или иной части речи в ЛФП "Общение" в нашем материале не зафиксированы.

О.О.Ипполитов

Лексическая объективация концепта «дорога» в современном русском языке

Исследуемый концепт имеет сложную структуру, объективируемую большим количеством лексических единиц современного русского языка.

Ядро концепта объективируется лексемой «дорога», обладающей высокой степенью смысловой универсальности и имеющей возможность в большинстве случаев репрезентировать концепт (с присоединением вспомогательных определяющих лексем). В современном русском языке слово «дорога» обладает тремя основными значениями, закрепленными в

толковых словарях: 1. «полоса земли, служащая для езды и ходьбы», 2. «направление, путь следования», 3. «процесс передвижения, путешествие».

Специфика концепта «дорога» в русской концептосфере в значительной степени обусловлена природными и хозяйственными особенностями ареала проживания носителей русского языка: обширностью пространства (как следствие этого - восприятие дороги в образе чего-то огромного, зафиксированное в определениях типа «большая», «бескрайняя»), климатом и связанными с ним изменениями среды обитания (во время осенних дождей отличия «шоссейной дороги» от «проселочной» приобретают не только географическое, но и функциональное значение), традиционной значительной длительностью поездок («собираться в путь-дорогу», «на дорогу», «дорогой», «с дороги») и связанных с этим ощущениями перемещения не только в пространстве, но и во времени.

Огромная значимость дороги в жизни русского человека подтверждается наличием многочисленных пословиц и поговорок, а также функционально-стилистически дифференцированных терминов, прочно закрепленных в индивидуальных концептосферах носителей языка за определенными понятиями или явлениями (уменьшительное «дорожка», «тропинка», уменьшительно-ласкательное «дороженька», «путь-дороженька», фразеологизмы типа «столбовая дорога», «скатертью дорога»).

С течением времени происходит постепенная смена объективирующих концепт «дорога» лексических единиц (переход в группу историзмов сочетания «столбовая дорога» в его прямом значении и появление в известные исторические моменты фразеологизмов «железная дорога», «Дорога Жизни»).

Комплексное изучение концепта «дорога», занимающего важное место в русской концептосфере, имеет не только лингвистическое, но и философско-культурологическое значение, поскольку способствует исследованию национального менталитета.

О.Г.Артемова

Объективизация концепта «труд» в русском языке

В современном общественном сознании слово *труд* связывается преимущественно с целенаправленной деятельностью человека, требующей умственного или физического напряжения, что отражено в значениях соответствующих лексем в словарях современного русского языка. Например, Советский энциклопедический словарь приводит следующую дефиницию слова *труд* – целесообразная деятельность человека, направленная на видоизменение и приспособление предметов природы для удовлетворения своих потребностей.

Этимологический словарь М.Фасмера приводит следующее определение слова *труд* : др.-рус. трудъ – труд, рвение, работа, забота, страдание, скорбь.

В толковом словаре живого великорусского языка В.Даля слово *труд* определяется следующим образом:

1. работа, занятие, упражнение, дело; все, что требует усилий, старания и заботы; всякое напряжение телесных и умственных сил; все, что утомляет.

2. труд, црк., стар. – болезнь, боль, боля, болесть, хвороба, хворь, хворость, недуг, недужина, немощь или немочь, немогута, скорбь, хиль, хилина, вообще нездоровье. Водный труд – водянка.

3. труд – о длительных, затяжных болезнях.

Анализ приведенных словарных дефиниций показывает, что к первичным значениям слова труд – физическая деятельность, отношение к деятельности, душевные переживания – добавились следующие значения:

1. напряжение телесных и умственных сил;
2. воздействие на физическое состояние человека;
3. недуг;
4. затяжная болезнь.

В современном общественном сознании концепт труд не включает значение недуга и затяжной болезни.

Этимологическом словаре русского языка слово *работа* возводится к как древнерусскому слову *робота* – работа, рабство, неволя. В современном русском языке слово *работа* утратило два последних значения *рабство*, *неволя*.

Анализируя словарные дефиниции, можно выделить следующие значения слов *работа* и *работать*:

1. осуществление действия;
2. деятельность;
3. выполнение профессиональных или должностных обязанностей;
4. результат деятельности;
5. содержание деятельности;
6. способ и качество выполнения;
7. вид деятельности;
8. средство воздействия.

Таким образом, труд, работа и работать – базовые лексемы, объективирующие концепт труд в русском языке. Историческое развитие концепта идет по пути элиминирования представления о труде как болезни, недуге, рабской деятельности, хотя рецидивы этих смыслов остаются еще в структуре концепта.

И.В.Хорошунова

Типы изменений в поле утилитарной оценки

(на материале русского языка конца XX века)

Важность категории оценки определяется ее универсальностью. Оценочный процесс – постоянный спутник познания и восприятия мира. Оцениваться может все многообразие предметов человеческой деятельности, общественных отношений, природных явлений и т. д. Процессы осмысления

мира, которые происходят в человеческом сознании, находят отражение в языковой категории оценки.

Оценки делят на общие и частные. Общие оценки выражают отношение субъекта к объекту по признаку «хорошо/плохо» и ничего не сообщают о свойствах объекта. Частные оценки уже сочетают дескрипцию и оценку. Одним из видов частных оценок являются утилитарные (Арутюнова Н.Д., 1988), характеризующие объект с точки зрения его пользы или вреда для человека.

Большой интерес представляют изменения оценок в языке с течением времени.

Развитие языка обусловлено интра- и экстралингвистическими факторами. Существенные изменения в языке происходят в период преобразований в сфере политики, экономики, науки и т. д., что находит отражение в языковых категориях. Рассмотрение материалов «Толкового словаря русского языка конца XX века. Языковые изменения» позволяет выявить динамику утилитарной оценки, связанную с глобальными политическими и экономическими переменами в жизни нашей страны после распада СССР, а также с обострением экологической ситуации.

Сдвиги в лексико-семантическом поле «польза/вред» произошли на уровне ближайшей, дальней и крайней периферии поля и не затронули ядро поля.

В рассматриваемом поле наблюдается четыре типа изменений. Первый из них – актуализация некоторых лексем, несущих утилитарную оценку, например:

прибыль – превышение доходов над затратами (как показатель рентабельности предприятия), доход, т. е. материальная польза, выгода.

Вся прибыль от производства предметов потребления остается на предприятии и оборачивается весомой прибавкой к зарплате. Огонек, 1990, 1;

доход – денежные или материальные ценности, получаемые государством, учреждением или частным лицом от какого-либо вида деятельности, т. е. материальная выгода.

Бизнес-центр вместит многочисленные магазины, в которых будут продаваться товары для людей с разным уровнем доходов. Недвижимость Петербурга, 18.11.93;

льгота – предоставление каких-либо преимуществ, полное или частичное освобождение от соблюдения установленных законом правил, уменьшение материальных расходов.

Если, например, окажется, что предприятие в ущерб технологическому обновлению наращивает фонд потребления, то государство вправе снять льготы и тем самым увеличить налог. Наука и жизнь, 1991, 2;

дотация – безвозмездная финансовая помощь, т. е. материальная польза.

Сокращение дотаций сельскому хозяйству будет, в конечном счете, только способствовать его развитию. Ведь оно повлияет на снижение уровня инфляции, а стало быть, сделает более привлекательными инвестиции ... в аграрный сектор. Невское время, 15.10.94;

убыточный – не дающий прибыли, т. е. не приносящий материальной выгоды.

«Дойче банк» также формирует 60-миллионный фонд, чтобы скупить убыточные восточногерманские компании, привести их в порядок и затем продать. Бизнес Уик, 1992, 4;

обнищать – потерять средства к существованию, впасть в нищету, т. е. оказаться в положении, не выгодном для материального состояния.

Полунищие пошли на паперть. Бедные обнищали. Состоятельные обеднели. Огонек, 1992, 22-23;

бедные – неимущие или малоимущие люди, слой общества, состоящий из таких людей.

Образовались как бы условности нашей социалистической морали...Быть несчастным – неприлично. Быть бедным – тоже. Гранин Д. Милосердие;

неимущие – люди, принадлежащие к наиболее необеспеченным слоям общества.

У Церкви нет материальных средств, достаточных, чтобы сколько-нибудь ощутимо улучшить положение россиян. Мы можем помочь лишь очень ограниченному числу неимущих... Аргументы и факты, 1995, 33 и др..

Второй тип изменений – возвращение лексем с периферии языкового сознания: использование лексем, обозначавших в советский период реалии жизни капиталистического общества (в дореволюционной России и в зарубежных странах) и обозначающих в настоящий момент реалии нашей современной жизни. Например, широко употребляется сейчас лексема *сверхприбыль* со значением «прибыль, значительно превышающая среднюю норму»:

Работа на полюсах рынка: продажа «новым бедным» китайского ширпотреба или торговля «Паркером» и «Кензо» в дорогих бутиках для нуворишей – давала отличные доходы за счет сверхприбыли и сверхоборота. Я молодой, 1997, 44.

В «Словаре русского языка» под ред. А.П. Евгеньевой (МАС) толкование этой лексемы давалось с пометой «в капиталистическом обществе».

Лексема *благотворительность* (бескорыстное оказание материальной помощи нуждающимся частными лицами и организациями, т. е. деятельность, материально выгодная для неимущих), сопровождавшаяся в МАС пометой «в буржуазном обществе», активно используется в настоящее время:

В странах, не переживших пролетарских революций, практика и философия благотворительности имеют давние традиции. Век XX, 1990, 10.

Можно говорить о возвращении в активный лексический запас русского языка лексемы *вспомоществование* (оказание помощи (преимущественно денежной)), которая в МАС помечалась как устарелая.

Власти объединенной Германии вспомнили, что бывший лидер уже несуществующей ГДР по закону имеет "немецкое гражданство", а значит, и право на вспомоществование. Эхо планеты, 1991, 5.

Вернулись с периферии языкового сознания также, например, лексемы *меченат* (тот, кто покровительствует развитию искусства, науки, культуры, оказывая финансовую поддержку) и *банкрот* (предприятие, фирма, предприниматель, потерпевший финансовый крах).

Третий тип изменений – переход в пассивный лексический запас лексем или семем, обозначающих реалии советского времени. Например, в 30-40 годы XX века широко употреблялась лексема *вредитель* в значении «контрреволюционер, наносящий советскому государству экономический и политический вред», зафиксированном в «Толковом словаре русского языка» Д.Н. Ушакова. Это значение уже не фиксируется в МАС, что является следствием его неактуальности в 80-е годы XX века.

Шел 1937 год. В те времена неудача в работе, ошибка могла быть расценена как сознательное вредительство. Ярлык «вредитель», а затем «враг народа» мог быть приклеен не только при неудаче, но и просто по подозрению. Яковлев А. Цель жизни.

Уходят на периферию языкового сознания также, например, следующие лексемы:

шефство (оказание материально-технической помощи, также культурной и идеологической поддержки шефами).

Учитывая особую важность стройки, комсомол взял над ней шефство. Центральный комитет ВЛКСМ объявил ее Всесоюзной ударной. Молодой коммунист, 1977,1;

спекуляция (скупка товаров в условиях дефицита и перепродажа их по повышенным ценам с целью получения прибыли).

Сохранение двух уровней цен провоцирует рост спекуляции и хищений.. Смена, 18.01.9 и др..

Четвертый тип изменений – появление в ЛСП «польза/вред» новых лексем или семем. Случаи появления новых лексем немногочисленны.

Появились, например, в рассматриваемом ЛСП лексема *спонсор* и дериват от лексемы *сверхприбыль* - *сверхприбыльный*:

спонсор - лицо, организация, фирма, финансирующие какое-либо мероприятие, учреждение, издание, телепередачу и т. д. (обычно с целью рекламы), т. е. тот, кто приносит материальную пользу.

Девять из десяти любых толстых журналов (не только русских, но и западных) – убыточны, они нуждаются в спонсорах, меценатах, благотворителях. Комсомольская Правда, 12.11.93;

сверхприбыльный – прилагательное к *сверхприбыль* (прибыль, значительно превышающая среднюю норму).

Лекарства в списке самого сверхприбыльного бизнеса занимают третью строчку после наркотиков и оружия. Новый Петербург, 11.12.96.

Лексема *богатый* в МАС трактуется как «обладающий большим имуществом, большими материальными ценностями; зажиточный».

В настоящее время появилась новая семема этой лексемы, закрепившаяся в одной морфологической форме (pluralia tantum):

богатые – состоятельные люди, слой общества, состоящий из таких людей.

Опасаясь слишком уж явно демонстрировать свои богатства, большинство «новых богатых» в России сознательно не хотят вкладывать деньги в своей собственной стране. Невское Время, 26.08.94.

Лексема *малоимущий* в МАС имеет значение «недостаточно обеспеченный, бедный».

Малоимущие слои населения.

В «Толковом словаре русского языка конца XX века» фиксируется новая семема лексемы *малоимущий*, также закрепившаяся в морфологической форме *pluralia tantum*: «социальный слой общества, состоящий из людей, не имеющих прожиточного минимума, находящихся у черты бедности».

Нельзя допустить, чтобы снизился жизненный уровень малоимущих. Невское время, 04.03.91.

Необходимо особо отметить, что в рассматриваемом поле появилась парцелла «польза/вред для экологии», что является языковым отражением неязыковых реалий нашей жизни, в данном случае – ухудшения экологической ситуации на планете.

В МАС присутствуют лексемы *экология, экологический*.

В настоящее время появился словообразовательный вариант лексемы *экологический*, который получил новую семему и стал самостоятельным словом:

экологичный – соответствующий нормам экологии, экологически чистый, т. е. не приносящий вреда здоровью.

Экологичное производство.

Лексема *загрязнить* в МАС имеет следующие значения: 1) сделать грязным, запачкать;

2) лишить нравственной чистоты, опошлить.

«Толковый словарь русского языка конца XX века» фиксирует новую семему Д2: «насытить вредными веществами, нарушающими естественное равновесие природной среды».

Так, как мы сегодня загрязняем окружающую природную среду, ... она, среда эта, может выдержать самое большое 4–5 ближайших десятилетий. Бестужев-Лада И. К школе XXI века.

Произошло закрепление новой семемы в форме *pluralia tantum* лексемы *выброс*:

выбросы – отходы (обычно вредные) производственных процессов, выбрасываемые в атмосферу и загрязняющие окружающую среду.

Промышленные выбросы.

Лексема *чистый* может становиться компонентом нового фразеосочетания *экологически чистый*, т. е. не приносящий вреда здоровью.

Главное – теперь у нас все свое и экологически чистое. Огонек, 1992, 40-41.

Рассмотренные изменения полностью обусловлены экстралингвистическими факторами своего времени.

-
1. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. – М., 1988.
 2. Словарь русского языка: В 4-х томах. – М., 1981.
 3. Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения. – СПб., 1998.

Выражение противоречия в ограничительно-противительных сложносочиненных предложениях

Как известно, формальная структура сложного предложения далеко не всегда соответствует его содержательной структуре: количество семантических звеньев может быть гораздо больше, чем количество формальных звеньев. Это обстоятельство необходимо учитывать при анализе интересующих нас отношений противоречия.

В ограничительно-противительных предложениях речь идет о таких двух явлениях, из которых «второе ограничивает возможность осуществления, результативность или полноту проявления первого» (Грамматика современного русского языка. М., 1970, с.671).

В ходе проведенного исследования нами было установлено, что предложения, в которых подчинительный союз обозначает какое-либо противодействие или ограничение, может выражаться в нескольких вариантах:

1) действие, обозначенное во второй части, не реализуется, несмотря на все усилия, предпринятые действующим лицом во второй части, имеет место безрезультатность всех предпринятых усилий: *Андрей пытался миновать гуляющих стороной, но остроглазые девчонки заметили солдата, стали у него на пути* /А.Приставкин/;

2) действие во второй части не реализуется, несмотря на его желательность, указанную во второй части. Это так называемые предложения неосуществившегося намерения: *Ему хотелось в сердцах плюнуть на асфальт, ... но капитан сдерживался, решив поскорее избавиться от назойливого и нагловатого коллеги* /Б.Руденко/;

3) действие, обозначенное во второй части, реализуется, несмотря на его нежелательность, указанную в первой части: *Не хочется мне, чтобы и мою личную жизнь были осведомлены Виталий Сергеевич с Семеном Григорьевичем. А ведь осведомлены же – теперь я в этом не сомневаюсь* /М.Гладкова/;

4) действие во второй части продолжает осуществляться, несмотря на препятствия и трудности, указанные в первой части: *В общем, ухаживать за такой девушкой было непросто, но Максим был терпелив и настойчив и ни за что на свете не хотел отступить от намеченной цели* /Е.Свиридова/.

Ограничительно-противительные предложения предполагают объективную модальность. Однако гораздо чаще встречается гипотетическая модальность - в конструкциях, в которых в первой части сообщается о различного рода нереальных действиях, состояниях, признаках, а во второй – о препятствиях, возникающих на пути их реализации. Предметная модальность таких предложений характеризуется тем, что в их первой части сообщается о

намеченных к осуществлению действиях, а во второй – о том, что помешало их реализации.

Дейктическая ориентация данного вида предложений совмещается с таксисной, причем первая представлена глагольными формами времени, а вторая – союзными средствами. Для ограничительно-противительных предложений характерна как однократная (с отношениями следования, предшествования и одновременности), так и многократная ситуация.

С.И Тарнакина

Экспрессия отрицательных высказываний в русском языке

Отрицание - это обобщенная мыслительная категория, противопоставленная утверждению, поэтому отрицание в языках мира выступает как одна из лингвистических универсалий.

Грамматическое отрицание основано на логическом, но далеко не всегда ему равнозначно, т.к. не все грамматические формы в той или иной степени связаны с действительностью. При помощи отрицания мы можем объявить нереальными те связи, которые на самом деле обладают реальностью (курица не птица), и реальность того, что никто бы не предположил (железо не камень). (Гетманова, 1972).

Языковые категории утверждения и отрицания имеют свой смысловой объем, не равный логическому. Отрицание в языке - это констатация отсутствия предмета, признака, явления, выраженная языковыми средствами. Отрицание, соотносится с утверждением, это полярные языковые категории. Утверждение - это немаркированный член оппозиции, т.к. «...в индоевропейских языках нет специальных средств (кроме слова «да» и его эквивалентов), употребляемых только в подтверждающих предложениях (Шендельс, 1959).

Наличие языковых средств выражения отрицания не всегда говорит о том, что предложение имеет отрицательный смысл. Отрицательными являются только те предложения, где есть отрицание при сказуемом. Если отрицание находится при других членах предложения, то в целом предложение может иметь положительный смысл.

Отрицание может выражаться самыми различными языковыми формами: словообразовательными (аффиксы: НЕ -, АНТИ -, КОНТР -, БЕЗ -) лексическими (частица НЕ и ее генетические дериваты: НИ, НЕТ, НЕЛЬЗЯ, НЕГДЕ и др.)

синтаксическими (отрицательно безличные конструкции, безлично-инфинитивные отрицательные предложения).

На морфо-словообразовательном уровне НЕ только выражает отрицание, но имеет и дополнительные смысловые оттенки. С течением времени может произойти забвение значения корня и НЕ становится значащей частью слова, т.е. отрицание постепенно переходит в утверждение.

Существуют различные степени отрицания: от еле заметного, ослабленного (герой не герой, чуть ли не сделал, едва ли он придет) до более сильного, категоричного, образованного при помощи частиц ДАЛЕКО НЕ, ВО ВСЕ НЕ, НИЧУТЬ НЕ. По мере усиления степени отрицания возрастает его интенсивность и, соответственно, экспрессивность. Именно экспрессивность отрицания является предметом нашего рассмотрения.

Экспрессивность обнаруживается в таких языковых явлениях как двойное и тройное отрицание.

Двойное отрицание образуется при помощи различных лексических средств.

1. Отрицательные местоимения: НИКТО, НИЧТО, НИКАКОЙ.

В хате никого не было. (Астафьев).

В песнях ничего смешного не было. (Зощенко).

Не было никаких забот, никаких страданий. (Астафьев).

2. Отрицательные наречия: НИКОГДА, НИГДЕ, НИКАК, НИЧУТЬ, НЕКУДА.

И это, впрочем, ничуть не удивительно (Астафьев).

Никогда потом я не предъявлял своих документов с такой горячей радостью, почти счастьем, как ей (Воробьев).

Она рыдала долго, пристукивая головой о стол, и никак не могла остановиться (Астафьев).

3. Частица НИ.

У меня не было ни одной стройной, отчетливой мысли, кроме желания не оглядываться, (Воробьев).

4. Повторяющийся союз НИ...НИ.

Он не походил ни на городского, ни на деревенского, ни на чужого, ни на себя (Астафьев).

В некоторых случаях встречается и тройное отрицание. Его образуют:

1. отрицательное местоимение и наречие

У меня никогда никого не было (Воробьев).

Придет Татьяна, будто никто никуда не уезжал (Астафьев).

2. два отрицательных местоимения

И ничего не вызывало никакого сомнения (Воробьев).

3. отрицательное местоимение и повторяющийся союз НИ...НИ

И никакие ни указы, ни наказания не помогали (Астафьев).

Существуют и другие лексические средства усиления отрицания:

1. а) одиночная частица И при сказуемом.

Пошел сентябрь, но осенью еще и не пахло (Астафьев).

б) одиночная частица И при генитиве

Не доносилось и шороха шагов (Воробьев).

2. Частица ТАК И.

Пока она шила, Варвара так и не легла (Астафьев).

3. Частица ДАЖЕ.

Он даже не пошевелился (Воробьев).

Для усиления отрицания используют и нелексические средства: слово с отрицанием ставится в начале предложения:

Нет твоей Мирониhi дома (Астафьев).

Существуют специальные фразеологизированные конструкции с высокой степенью экспрессивности отрицания. Например:

Совсем ничего не шло на ум (Астафьев).

Не думали, не гадали. (Астафьев).

Они говорили о том, что Татьяны все нет и нет (Астафьев)

Прямо ни стыда, ни совести у людей (Астафьев).

Она для меня что есть, что нет (Астафьев).

В заключение следует подчеркнуть, что, например, в отличие от английских отрицательных конструкций, которые имеют только одно отрицание и обязательный порядок слов, русские конструкции привлекают своей яркой экспрессивностью, что можно рассматривать как национальную специфику выражения отрицания в русском языке.

1. Гетманова А.Д. Отрицание в системах формальной логики. - М., 1972.

2. Шендельс Е.И. Отрицание как лингвистическое понятие// Ученые записки МГПИЯ. - М., 1959. - т. 19.

Е.В.Борисова

Бытийные глаголы в односоставных дебитивных предложениях

Важнейшей конструктивной особенностью односоставных дебитивных (в традиционной грамматике – инфинитивных) предложений является бинарность их главного члена, который состоит из субстанциального и экзистенциального компонентов.

Назначение экзистенциального компонента заключается в выражении значения существования (экзистенциальности). В рамках рассматриваемых предложений этот компонент фиксирует существование необходимости в наличии/отсутствии того или иного "положения дел".

Для экспликации экзистенциального компонента различные типы предложений используют разные средства выражения бытийности. Он может выражаться посредством специальных бытийных глаголов: *Он был подавлен случившимся; Мой сын станет офицером* или с помощью флексий финитных глаголов (в прошедшем времени – суффиксом -л): *Она поет; Он пел*.

В современном русском языке, по наблюдениям лингвистов, круг бытийных глаголов довольно широк. К их числу относятся глаголы: *быть, стать - становиться, делаться - сделаться, казаться - показаться, оказаться - оказываться* и др. Специфика этих глаголов до недавнего времени определялась, исходя из допущения, что они не лексичны, грамматикализированы. Научные исследования последних лет /С.А. Шубика, А.Н. Печникова, Т.Н. Голицыной, А.М. Ломова/ доказали, что связочные глаголы значимы. Они во всех случаях своей реализации несут совершенно отчетливое значение бытия, существования.

В различных типах предложений, как известно, употребляются разные бытийные глаголы. Для выражения экзистенциального компонента односоставных дебитивных предложений используется небольшое количество бытийных глаголов. Наиболее обычен здесь глагол *быть*, имеющий широкое значение существования. В составе анализируемых предложений этот глагол утратил временную парадигму и сохранился преимущественно в настоящем времени, где он представлен нулевой формой: *К н а с т о я щ е м у, ж и в о - м у П у ш к и н у н а м е щ е и д т и и и д т и*, звезда его горит маняще и ярко, но так она далека... /газета "Воронежский университет"/. В отдельных случаях реализуется акциональный вариант глагола *быть* – кратный *бывать*, указывающий на повторяемость ситуации: *В первую же получку Иван напился и стал буянить во дворе, но милиция, к о т о р о й р а н ь ш е б ы в а л о н е д о з в а т ь с я*, тут сразу пришла большим нарядом и увела его /А. Солженицын/.

Кроме глагола *быть*, функцию экзистенциального компонента в односоставных дебитивных предложениях иногда выполняет глагол *стать*, который фиксирует значение возникшей необходимости: *Подскочил план, все мощней, все хитрей и сноровистей погнал технику, и с в о и м н а р о д о м с т а л о н е у п р а в и т ь с я* /В. Распутин/. Конечно, эти случаи немногочисленны. Тем не менее, они существуют и свидетельствуют о том, что в современном русском языке круг бытийных глаголов, репрезентантов экзистенциального компонента дебитивных предложений, явно расширяется.

Исключением, но исключением показательным, является в рамках интересующих нас структур употребление в той же функции бытийного глагола *оказаться*: *С а м о с т о я т е л ь н о с т и е й о к а з а л о с ь н е з а н и м а т ь*, а хрупкая внешность и тихий, вежливый голос обманчивы /газета "Комсомольская правда"/.

Судя по примерам, процесс расширения бытийных глаголов, номинаторов экзистенциального компонента дебитивных предложений, – явление позднее, по-видимому, возникающее первоначально в разговорной речи и диалектах. Возможно, что такое расширение обусловлено влиянием предложений других классификационных разрядов, но не исключена и другая возможность. В данном случае коммуникантам важно показать, что необходимость не просто существовала, а возникла или является действительной, а не мнимой.

Язык СМИ и рекламы

Н.Н.Скрипникова

Язык СМИ как средство формирования речевого поведения

Как известно, средства массовой информации оказывают значительное влияние на взгляды людей, формирование их мировоззрения. Главным

средством, воздействующим на читателя и слушателя, является слово. В русском сознании слово, услышанное в радио-, телепередаче или напечатанное в газете, всегда воспринимается как эталон правильной речи.

Общезвестно, что одним из критериев нормативности является широкая употребительность той или иной языковой единицы. В таком контексте речь СМИ - не только отражение «языкового вкуса эпохи», но и ее образец. К сожалению, в последнее время наблюдается резкое падение требований к культуре речи. Это настоящая беда современных СМИ, в общественную функцию которых в принципе входит воспитание лингвистической культуры общества. Сегодня в языке прессы появляется лексика, ставшая символом новых социальных ориентаций: обилие иноязычных слов, экспрессивно-оценочное переосмысление слов.

Некоторые СМИ объясняет практикуемое ими «обновление» выразительных средств «требованиями времени». В результате журналист, не обладая эстетическим вкусом, навязывает читателю или слушателю лексику криминальной, агрессивной, сексуальной семантики, откровенно вульгарные просторечия и жаргонизмы типа *кого-нибудь уроют, претендент на нары, дуря дурой, послушайте и оттянитесь, прикольный хит* и многое другое.

Тенденция к такому «оразговариванию» (В.Г. Костомаров) является основной в устной речи ведущих молодежных программ, где доминирует желание «быть ближе к аудитории», создать обстановку доверительности. Как правило, молодые люди слушают и смотрят передачи, в которых ведущий разговаривает со слушателями на языке, освобожденном от коммуникативных табу, норм этикета, хорошего вкуса. Спонтанные тексты ди-джейев «Русского радио», MTV и других молодежных программ не могут служить воспитанию цивилизованной языковой личности. А ведь, как правильно отмечал Д.И.Писарев, «неправильное употребление слов ведет за собою ошибки в области мысли и потом в практической жизни».

М.А.Стрельникова

Телеинтервью как коммуникативно-функциональный речевой жанр

Исследования в области электронных средств массовой информации позволяют проанализировать явления всех уровней языковой системы, проследить тенденции в развитии языковых процессов в обществе, представить «речевой портрет эпохи» (1, с.2).

В реальном функционировании современного русского литературного языка наряду с его основными коммуникативными сферами все большую важность приобретает область публичной речевой коммуникации. Это речь «интеллектуализированного» характера, на которой ведется общение с широкой аудиторией. Она имеет важные задачи содержательного плана, соотносимые с теми, которые выполняются соответствующими письменными текстами – научными, публицистическими, деловыми и

художественными. В то же время устная форма ее осуществления позволяет соотносить ее с живой разговорной речью бытового характера.

Для характеристики процессов, наблюдающихся в телевизионной речи, можно сравнить ее с различными разновидностями общелитературной речи, для чего воспользуемся моделью, предложенной Вл. Барнетом. Представим весь русский литературный язык в его письменной и устной сферах употребления как «непрерывный языковой континуум, где полярно противопоставленные разновидности литературного языка могут считаться структурными, другие же, сочетающие в себе разные черты этих противопоставленных разновидностей в разных пропорциях, следует считать коммуникативно-функциональными» (2, с.84-85).

В устной литературной речи структурными разновидностями будут такие ее полюса как дикторская (сценическая) речь и обиходно-бытовая разговорная речь. Первая целиком подготовлена и неспонтанна, вторая целиком неподготовлена и спонтанна, чем и обуславливаются их структурные различия. Наивысшее, максимальное проявление одного из этих признаков и нулевое участие другого формируют структурную разновидность, при некоторой степени участия того и другого – коммуникативно-функциональную.

С этой точки зрения телевизионная речь, в которой ориентация на письменный текст (дикторская речь является озвученной письменной) и спонтанность выступают как переменные признаки, является коммуникативно-функциональной разновидностью устной литературной речи.

Характерной тенденцией современной российской телевизионной эпохи является увеличение количества передач в разговорном жанре. По утверждению А.Ф.Архипова (3), стремление к увеличению и расширению «свободных» жанров и соответственно к сокращению «протокольной» части телепередач непосредственно связано с поиском средств повышения эффективности воздействия на зрителя, с «завоевыванием» телеаудитории в целом. «Разговорные» передачи широко используют интервью, репортажи, беседы как составляющие жанра. Простой язык и доверительный тон помогают им находить своего телезрителя.

С увеличением объема такого типа передач телеречь все более поляризуется на «собственно дикторскую, неспонтанную и живую, спонтанную». Такая поляризация соответствует двум различным типам сценариев: с полностью готовым текстом или только с обозначением ролей и основной темой сообщения.

Приведенную классификацию можно сопоставить с классификацией интервью, предложенной Н.Стэнтоном (6, с. 69): по структурной организации интервью подразделяют на неструктурированные, умеренно структурированные и высоко структурированные (стандартизованные):

- неструктурированное интервью не предполагает заранее написанного плана вопросов, определяются лишь цели интервью, несколько возможных областей или тем, которые необходимо затронуть;
- умеренно структурированное интервью предполагает планирование и определение границ основных вопросов, на которые необходимо

получить ответ, и, возможно, несколько последующих (углубляющих тему) вопросов;

- вопросы для высокоструктурированного интервью расписываются заранее, планируются предполагаемые ответы.

Обозначенное раздвоение телеречи «идентично поляризации устной литературной речи вообще, где одним полюсом служит бытовая разговорная речь, а другим – озвучивание письменного текста»(1, с.15).

В работе О.А.Лаптевой (см. 1) предлагается модель «некоторой шкалы с двумя полюсами, где к полюсу дикторской (т.е. озвученной письменной) ближе всего располагается речь политических, внутренних и спортивных комментаторов, а также ведущих некоторых передач (например, «В мире животных»), другой же полюс составляют реплики – ответы случайно интервьюируемых людей» (1,с. 16). Отличия телеречи от устной публичной – в ее большей разговорности, от разговорной – в меньшей ситуативности и большей представленности общественно значимых тем.

В нашем исследовании предлагается рассмотреть телеинтервью как речевой жанр. Наблюдается сходство в явлениях поляризации телеречи и типов интервью (телеинтервью): полюс озвучивания письменного текста совпадает с положением высоко структурированного интервью, положение неструктурированного интервью приближается к полюсу разговорной речи (первый - подготовлен, неспонтанен, второй – неподготовлен, спонтанен) .

Характеризуя собственно языковые явления, свойственные типу телеречи, близкому к устной публичной, О.А.Лаптева подчеркивает ярко выраженную тенденцию к живости и диалогичности, наличие «несдерживаемой стихии спонтанности». В свою очередь, анализ телеинтервью на «спонтанность» обнаруживает поляризацию по степени официальности – с повышением официальности темы интервью, статуса его участников снижается компонент «разговорности».

Ситуативный фактор отражается на характере речи в разных типах интервью: в интервью – портретах, носящих оттенок личностных отношений, он поддерживает непринужденность и спонтанность речи, в интервью – протоколах официальная обстановка протекания речи этому не способствует. Ситуативная поддержка в речи позволяет говорящему быть кратким в своих репликах (интервью-портрет). В проблемных интервью можно отметить стремление к обстоятельности, пространности, развернутости. В первом типе интервью наиболее распространено осуществление речи в виде диалога. С усилением фактора общественной значимости темы интервью реплики собеседников удлиняются, чаще встречается диалог, переходящий в монолог, чему способствует стремление коммуникантов к обстоятельности.

Звучащая речь формируется в соответствии с психолингвистическими механизмами продукции спонтанной речи. Этим определяется ее сегментация, повышенная глагольность, широкое употребление типизированных синтаксических конструкций.

В стилистическом плане телеречь часто экспрессивна, иногда стилистически снижена, хотя ей свойственна общая стилистическая установка на нейтральность. Тематическое различие «содержательного поля» передач

ведет соответственно к большей насыщенности телеречи бытовой, нейтральной или книжной лексикой.

Телевизионная речь не формируется как специальный вид литературной речи, т.е. люди говорят с использованием всех речевых средств – это живая речь носителей литературного языка.

Основное различие в речи разговорной, устной научной и телевизионной специалисты видят в характере адресата речи – «в первом случае он индивидуальный, во втором – коллективный, в третьем – массовый. Вторая сторона этого различия – тема сообщения, которая в первом случае может быть любой, во втором – научно значимой, в третьем – общественно значимой» (1, с.22).

По мнению Д.Н.Шмелева, «каждая из...разновидностей общелитературного языка характеризуется прежде всего особой, специфической организацией общезыковых средств, обусловленной ее функциональной направленностью, и обособленность, степень "специфичности" этого набора совсем неодинакова для различных разновидностей» (4,с.81-82). Эта же мысль звучит в работе В.В.Виноградова (5) о многообразных чередованиях и смешении книжных и разговорных элементов в любой устной речи.

Определение местоположения телеинтервью в систем жанров русской устной литературной речи дает нам возможность проанализировать степень сходства или различия речевых характеристик этого речевого жанра в русской и американской коммуникативных культурах. Для такого сравнения удобно воспользоваться «шкалой полярности», упомянутой выше.

В качестве критериев для сравнения предлагается рассмотреть:

- тип речи: подготовленная \ неспонтанная – неподготовленная \ спонтанная
- тип организации интервью: структурированный – умеренно структурированный – высоко структурированный
- стиль: книжно-письменный – разговорно бытовой
- фактор ситуативности: наличие – отсутствие
- тематика: более - менее общественно значимая
- официальность - неофициальность
- краткость - обстоятельность реплик коммуникантов
- употребление типизированных синтаксических конструкций

Результаты исследования показывают, что необходимо проводить анализ речевого поведения телекоммуникантов в русской и американской коммуникативных культурах отдельно для проблемных интервью и интервью – портретов.

Ни российские ни американские интервьюируемые не читают ответов на вопросы в ходе проблемного телеинтервью. Они говорят, используя неподготовленную, спонтанную речь. Интервьюеры в обеих культурах периодически пользуются письменными текстами во время постановки вопроса, но американские коллеги делают это гораздо чаще – во-первых, это обусловлено необходимостью проведения двух – трех интервью за программу (в ходе одного эфира), а во-вторых, американцев, ведущих интервью, в кадре

обычно двое, что позволяет одному из них подготовить вопрос в то время, когда другой ведущий слушает ответ на предыдущий вопрос.

В интервью – портретах в обеих культурах превалирует спонтанный тип речи, коммуниканты реально общаются.

К низкоструктурированным относятся интервью-портреты в российской и американской коммуникативных культурах. Большинство российских деловых телеинтервью можно охарактеризовать как низкоструктурированные, в то время как американские аналоги скорее относятся к умеренно структурированным.

1. О.А.Лаптева. Живая русская речь с телеэкрана. М,УРСС, 2000.
2. В.Барнет. Проблемы изучения жанров устной научной речи. – В кн.: Современная русская устная научная речь. Т.1. Красноярск, 1985.
3. А.Ф.Архипов. Синтаксические особенности речевого жанра радио-интервью. АКД., М., 1974.
4. Д.Н.Шмелев. Русский язык в его функциональных разновидностях. М., 1976.
5. В.В.Виноградов. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. М.,1963.
6. Stanton Nicki. Communication. Macmillan Press LTD, China, 1990.

Л.В.Величкова, Н.В.Кириченко

Средства выражения эмоциональности в звучащем рекламном тексте (на материале немецкой рекламы)

В последние десятилетия наблюдается значительное усиление внимания к исследованию эмоциональной сферы человека со стороны представителей разных наук, и прежде всего - психологии и лингвистики. По насыщенности эмоций звучащая реклама является удобным объектом для исследования проявления эмоциональности в звучащей речи.

Нас интересует реклама как материал для исследований с точки зрения ее психологического воздействия на потребителя с помощью средств звучащей речи в сочетании с воздействием цветовых факторов. Эффект эмоционального воздействия рекламы зависит от ряда факторов, которые находятся в тесном взаимодействии: от содержания рекламы, ее информативности, от эмоционально воздействующей на потребителя новизны и конкретности рекламной информации, от эмоциональной насыщенности рекламного текста, его живости, оригинальности, от оптимального выбора слов и оптимальной композиции рекламного текста, его музыкального и фонетического оформления, а также от принципа воздействия на получателя.

Наиболее важную роль при получении информации играют визуальные и акустические каналы восприятия. Из пяти органов чувств человека для восприятия рекламы наибольшее значение имеют два его главных и настежь открытых окна: глаз и ухо /Н.И.Пирогов/. По данным новейших исследований они способны в течение секунды воспринимать тысячи и даже миллионы

единиц информации. При этом зрительное восприятие носит активный характер благодаря явлению моторики глаз; при их движении происходит моделирование пространственных параметров объекта, что и служит источником информации.

Слово способно выражать не только мысли, но и эмоциональное состояние говорящего. "Точность слова, формы или синтаксической, конструкции - залог правильной, грамотной, эффективной рекламной информации".¹ Звучания и значения существуют в тесной взаимосвязи друг с другом. Между ними имеется определенное соответствие. Категориальный характер этого соответствия и его регулярность говорят о единстве звуковой формы и формы содержания двусторонних языковых единиц.²

На сверхсегментном уровне одним из основных средств передачи эмоционального значения является интонация. В наиболее общем виде в понятие "интонация" входит совокупность фонетических средств, которые наряду с артикуляционными признаками выполняют функциональную нагрузку.

Для системного анализа эмоционально окрашенной речи мы выбрали как основу выделенные Р. Майнхольдом и Э. Штоком интонеми.

Особый интерес представляет связь между визуальными и языковыми средствами, прежде всего - лексическими и фонетическими. Цель нашей работы - проследить взаимосвязь между выражением эмоциональных состояний в рекламных текстах при помощи цветовой гаммы определенного характера и соответствующими данной эмоциональности сегментными и супraseгментными средствами.

В нашем исследовании учитывается музыкальное сопровождение, которое может рассматриваться как связующее звено между визуальной и звуковой (акустической) информацией. Последний параметр предусматривает обращение к звукосимволизму. При этом мы будем опираться на работу А.П. Журавлева "Звук и смысл".

Постоянное развитие языка приводит к тому, что в любой момент его истории в нем встретятся слова с самыми разными отношениями между содержанием и формой - от четкого соответствия до резкого противоречия. Но мотивировочная тенденция обнаруживает свое действие в том, что эти отношения заметно влияют на жизнь слов и всегда в одном направлении: гармония содержания и формы повышает эффективность функционирования, дисгармония затрудняет его и приводит к сдвигам содержания или формы в сторону соответствия".

Фонетическая значимость текста влияет на читателя, увеличивая вероятность тех или иных его суждений и оценок, причем этим влиянием можно управлять.

Перенос звуко-символических данных на другой язык невозможен. Однако, нам представляется возможным использование принципа исследования А.П. Журавлева на материале немецкого языка, так как мы имеем для этого необходимые исходные данные: цветовую, музыкальную и речевую информации для выражения отдельных эмоциональных состояний в рекламных клипах. Такого рода попытка предпринимается нами впервые.

Из видеоролика с немецкими рекламными текстами, записанными в 1993 году, нами было взято для анализа 46 реклам. Все тексты реклам были записаны в орфографии, было сделано описание визуальных картин, сопровождающих тексты, фиксировались преобладающие цвета.

При анализе эмоциональных состояний мы взяли за основу классификационную схему В.И. Галунова, который выделяет 23 типа: 1) иступление, 2) радость, 3) воодушевление, 4) возбуждение, 5) сосредоточенность, 6) напряженность, 7) спокойствие, 8) наслаждение, 9) сомнение, 10) томление, 11) смущение, 12) тоска, 13) печаль, 14) депрессия, 15) равнодушие, 16) отчаяние, 17) встревоженность, 18) удивление, 19) испуг, 20) гнев, 21) отвращение, 22) потрясение, 23) агрессивность.

Мы разделили все рекламные тексты (46) на 7 групп, дав им соответствующие названия, и попытались определить градацию эмоций по степени их выраженности в конкретных текстах. Нами были выделены следующие группы рекламных текстов в порядке убывания степени выраженности эмоций:

- I. Радость(восторг) (8 текстов)
- II. Возбуждение (6 текстов)
- III. Уверенность (5 текстов)
- IV. Интерес (внимание) (5 текстов)
- V. Спокойствие (6 текстов)
- VI. Наслаждение (11 текстов)
- VII. Напряженность (5 текстов)

Следующим этапом нашего эксперимента являлась работа с аудиторами для выявления супraseгментных особенностей рекламных текстов. Трем аудиторам, специалистам по фонетике, при прослушивании рекламных текстов предлагалось отметить в них фразовые ударения и паузы, а также указать движение тона голоса на ударных словах (восходящее или нисходящее). Нами определялся темп каждого рекламного текста, затем средний вычислялся средний темп в каждой группе текстов. Полученные данные по семи группам представлены в таблице №1.

Таблица № 1.

Группы	Фразовые ударения	Восходящая мелодика	Нисходящая мелодика	Паузы	Темп
1	14	6	6	10	215
2	6	2	3	5	166
3	7	4	3	5	277
4	9	3	5	7	198
5	4	2	2	3	208

6	8	3,8	4	7	189
7	9	4	7	7	188

Прежде всего, можно отметить, что наивысший темп наблюдается в 3 группе "Уверенность" - 277 слогов/мин., что превышает средний темп немецкой речи (240-250). Далее следует 1-я группа "Радость/восторг" и 5-я - "Спокойствие", 7-я группа "Напряженность" и 6-я - "Наслаждение". Наименьший темп обнаруживает группа N 2 "Возбуждение".

Наибольшее число фразовых ударений можно наблюдать в текстах 1-ой и 4-ой групп ("Радость/восторг" и "Интерес/внимание") - 14-9, наименьшее - в 5-ой группе "Спокойствие" - 4.

Мы предполагаем, что увеличение количества фразовых ударений и убыстрение темпа может свидетельствовать о повышении степени выраженности эмоции.

Что касается пауз и направления движения мелодики, то зависимость между этими показателями и эмоциональностью можно также проследить на данном материале.

По мелодическим показателям нисходящий тон голоса имеют тексты в группах NN 1, 5, 7, восходящий - в группе N 3. Наибольшее количество пауз можно наблюдать в текстах 1, 4, 6, 7-ой групп.

Следующим этапом нашей работы являлся анализ сегментных особенностей рекламных текстов внутри каждой группы. В каждом рекламном тексте нами были подсчитаны количественные параметры основных дифференциальных признаков немецкой артикуляционной базы, а именно ряд и подъем гласных, лабиализация, долгота, краткость, сонорность согласных, fortis lenis.

Все данные о качестве и количестве гласных и согласных звуков были занесены в таблицы, затем статистически определялись общие закономерности внутри каждой группы рекламных текстов. Средние данные по 7-ми группам в % представлены в таблице №2.

Таблица № 2.

№ гр.	кол. гл.	пер. р./ зад. р.	вер. п./ ниж. п.	лабил./ нелаб.	долг./ кратк.	кол-во соглас.	сон.	fortis / lenis
1	85	69/13	60/2	18/8	42/40	163	21	50/3
2	35	74/11	69/2	14/8	49/49	68	23	44/3
3	47	64/19	62/1	26/7	45/40	91	26	43/2
4	51	61/20	59/2	24/7	47/33	95	28	41/3
5	22	73/18	55/4	23/7	50/36	39	28	41/2

6	46	65/13	50/1	17/6	43,5/37	87	22	38/3
7	49	65/16	51/3	22/7	37/46	96	26	45/3
Норм		40/16	34/2	19/8	23/76		20	73/2

Как видно из приведенных данных, во всех 7-ми группах наблюдается преобладание гласных звуков переднего ряда, верхнего подъема, и почти двойное преобладание долгих гласных. Лабиализованные гласные доминируют в 3-ей и 4-ой группах ("Уверенность", "Интерес"), гласные звуки нижнего подъема в 5 и 7-ой группах ("Спокойствие", "Напряженность").

Проанализировав полученные данные по согласным звукам, можно отметить во всех группах небольшое преобладание сонорных звуков и уменьшение согласных "fortis" (ниже нормы в 1.5 - 2 раза).

Для каждой группы рекламных текстов были зафиксированы цветовые характеристики, расположенные по степени убывания присутствия цвета в визуальной информации, и характеристика музыкального сопровождения. Результаты цвето-музыкального исследования рекламных текстов по 7-ми группам отражены в таблице №3.

Таблица № 3.

Группа	Цвета	Музыка
1. Гр.	белый 8 синий 8 красный 7 зеленый 5	бодрая, веселая, ритмичная
2. Гр.	белый 5 красный 5 синий 3	резкая, металлическая или без музыки
3. Гр.	белый 4 красный 4 зеленый 4 синий 3	спокойная, медленная бодрый, уверенный голос
4. Гр.	белый 5 красный 3 зеленый 3 черный 3 желтый 2	приятная, спокойная или без музыки

5.Гр.	красный 4 синий 4 зеленый 4 белый 4 коричневый 2 желтый 2	веселая, но спокойная или медленная, расслабляющая
6.Гр.	голубой 7 розовый 6 белый 6 зеленый 5 жел., чер., кор. 2	медленная, тихая, чарующая мягкий спокойный голос
7.Гр.	белый 5 ч черный 4 желтый 2 синий 2	напряженная, энергичная или без музыки строгий, серьезный голос

Можно заметить, что первым 3-м группам присуща бодрая, ритмичная музыка и пестрая гамма ярких цветов (с присутствием белого, красного, синего без преобладания), с 4-ой группы музыка меняется на веселую, но спокойную, или медленную, тихую. Изменяется и гамма цветов; пестрота спадает и доминирует синий, белый и черный цвета.

Особого комментария заслуживают результаты по некоторым группам рекламных текстов.

Интерес представляет 3-я группа "Уверенность", где можно наблюдать самый высокий темп, преобладание восходящей мелодики, ярко выраженное преобладание гласных переднего ряда, верхнего подъема, лабиализованных, долгих и большое количество сонантов, пестрые цвета и спокойное или ритмичное музыкальное сопровождение.

Можно отметить также 1-ю группу "Радость (восторг)" с высоким темпом речи, максимальным количеством фразовых ударений и пауз, ярко выраженным преобладанием гласных переднего ряда, верхнего подъема, долгих. Эта группа отличается наиболее яркой гаммой цветов и бодрым ритмичным музыкальным сопровождением.

Следует выделить и 2-ю группу "Уверенность", отличающуюся самым низким темпом речи (намного ниже нормы). Показатели по супraseгментным средствам средние по группе. На сегментном уровне можно отметить преобладание тех же признаков, что и у предыдущих групп. Рекламные тексты этой группы сопровождается резкая металлическая музыка.

Данные проведенного эксперимента, позволяют сделать некоторые выводы о связи фонетических параметров звучащего рекламного текста на сегментном и супraseгментном уровнях, а также акустической и визуальной информации со степенью выраженности эмоций (с.в.э.).

По супraseгментным параметрам речи можно сделать следующие выводы.

Сопоставив данные по темпу между выделенными нами группами эмоций и учитывая, что средний темп немецкой речи 240-250 слогов/мин. можно отметить непрямую зависимость темпа речи от с.в.э.. В целом можно говорить о том, что группам с ярко выраженной эмоциональностью (1, 3, 4) соответствует повышенный темп речи. Неожиданную картину дает 2-я группа, в которой можно наблюдать самый низкий темп. С повышением эмоциональности увеличивается число фразовых ударений (наибольшее количество - в 1-ой группе, наименьшее в 4-ой). Максимальное количество пауз наблюдается в 1-ой группе, минимальное - в 5-ой группе. Прослеживается связь пауз с количеством фразовых ударений (10-14, 3-4). В рекламных текстах всех групп, кроме 3-ей группы "Уверенность", тексты которой отличаются самым высоким темпом, преобладает нисходящая мелодика.

По сегментным параметрам речи можно сделать следующие выводы.

Данные анализа сегментных средств в сопоставлении со средними статистическими данными по гласным и согласным немецкого языка, содержащиеся в работе Т. Майнхольда и Э. Штока, дают основание сделать вывод о том, что с возрастанием с.в.э. можно наблюдать значительную активизацию отличительных черт артикуляционной базы немецкого языка: увеличение гласных переднего ряда в ~ 1.7 раза, верхнего подъема в ~ 1.7 раза, долгих в ~ 2 раза, согласных "lenis" в ~ 1.1 раза и ослабление дифференциального признака с точки зрения артикуляционной базы fortis в ~ 1,7 раза.

Неожиданную картину дают пропорции долгих и кратких гласных (макс. 50/36 и 45/40 в сопоставлении со сред. 23/76). Незначительно увеличено количество лабиализованных гласных (сред. 24/76 по сравнению с нормой 19/80). Количество сонорных согласных увеличено в ~ 1,5 раза.

С интенсивностью можно связать музыкальную и визуальную информацию. Первым трем группам присуща бодрая ритмичная музыка и пестрая гамма ярких цветов (с присутствием белого, красного, синего без преобладания). С четвертой группы музыка сменяется на спокойную, медленную, тихую. Изменяется и гамма цветов: пестрота спадает, и доминируют синий, белый, черный цвета, красный исчезает совсем. Мы могли бы предположить преобладание легких, прозрачных цветов, но видим наличие холодных.

Проведенные эксперименты позволили выявить основные закономерности функционирования средств звучащей речи для передачи эмоциональности.

¹Кохтев Н. Н. Стилистика рекламы. - М.: МГУ, 1991. - 92 с.

²Зубкова Л. Г. О соотношении звучания и значения слова в системе языка //Вопросы языкознания/. - 1986. - 5. - С. 55-56.

³Журавлев А. П. Звук и смысл. - М.: Просвещение, 1991. - 150;.

Особенности мужских и женских объявлений о знакомстве

При анализе объявлений о знакомстве обнаружилось существенные различия между мужскими и женскими объявлениями по многим факторам.

По *степени развернутости текста* мужские объявления представляют собой развернутый текст, чаще всего являющийся немногословным. Для женщин наиболее характерно использование многословного текста, в котором степень эмоциональности возрастает за счет употребления эмоционально-оценочных слов.

По своей *структуре* объявления мужчин и женщин чаще всего являются неполнопредставленными, где отсутствующими традиционными компонентами, присущими данному жанру объявлений, являются описание материального состояния и выдвижение различных условий к партнеру, в женских объявлениях обычно отсутствует упоминание о весе и также не выдвигаются определенные условия для знакомства.

По характеру *используемой лексики* как в мужских объявлениях, так и в женских объявлениях часто (19 из 33 объявлений у женщин, 29 из 41- у мужчин) встречаются эмоционально-оценочные слова. Например: *симпатичный, порядочный, хозяйственный, эффектная, надежный, уравновешенный, трудолюбивый* и др.

Стоит обратить внимание на наличие элементов, придающих тексту *оригинальность*.

У мужчин примерами таких элементов являются: не курю, не пью, что дальше будет не знаю; имею усы; кареглазый шатен.

У женщин : эффектная блондинка; понимаю, что идеалов нет, но хотя бы в пределах разумного; жадных и пьющих прошу не звонить; с большими зелеными глазами; порядочная, но вполне земная.

В мужских объявлениях используются нестандартные *обращения* :здравствуй, бойкая с детьми; зорька моя; мой кумир.

В текстах женщин обращения, как правило, отсутствуют .

В мужских объявлениях можно встретить *стихотворный текст* (как правило, крайне низкого качества):

Надежду сладкую питаю,
Что с встречусь с вами, мой кумир,
Мы объединимся, твердо знаю,
Наступит счастье, радость , мир.
Где ты, зорька моя, отзовись,
Не печалься , ведь жизнь прекрасна.
Ты к сердцу моему прижмись,
Улыбнись , не грусти напрасно.

Для женских объявлений стихотворные формы не характерны.

Используемые *синтаксические средства* разнообразны, как то: вопросительные предложения, восклицательные предложения, побудительные речевые акты. Как в мужских, так и в женских объявлениях наблюдается ненормативность синтаксиса: допускаются ошибки при выделении однородных и неоднородных членов предложения.

Формулируемые требования женщин и мужчин различны. Для мужчин желательными чертами характера являются : доброта, порядочность, преданность, верность, скромность, простота. Для женщин: порядочность, доброта, серьезность, скромность, надежность.

Требования к внешности со стороны мужчин: красивая, симпатичная, стройная, привлекательная, несклонная к полноте. Со стороны женщин: подтянутый, симпатичный.

Для женщин немаловажным является *наличие водительских прав* у партнера. В мужских и женских объявлениях чаще встречается упоминание о *высшем образовании* в автохарактеристике, чем в выдвигаемых требованиях к партнеру.

В женских объявлениях чаще, чем в мужских , выдвигается требования о *материальном благополучии*.

И в мужских, и в женских текстах есть в себе *элементы юмора*, однако мужские объявления наиболее серьезны по своему содержанию.

О.Г. Никонорова

Малые рекламные жанры в коммуникативном и ортологическом аспектах

К малым рекламным жанрам относятся небольшие по объему тексты, в создании которых практически не участвуют специалисты (бегущая строка на телеэкране, частные объявления в газетах). В основном это городская реклама регионального распространения. Поскольку создается различными категориями населения, в ней находят отражение стихийно полученные знания о том, как должно создаваться рекламное объявление. Жанр рекламного объявления – самый старый по происхождению, он знаком, привычен, но в то же время это не консервативная форма, а жанр развивающийся, пополняющийся новыми разновидностями. Меняются приемы, методы подачи материала, меняются представления о нем.

Изучение малых рекламных жанров представляется возможным и интересным в нескольких аспектах: когнитивном, прагматическом, ортологическом, графическом. Когнитивный анализ позволяет выявить механизмы языковой компрессии, принципы выделения из высказываний наиболее значимых единиц – это своего рода «упаковка знаний», направленная на создание сверхкратких и семантически емких высказываний, не представленных в таком разнообразии ни в одной другой сфере коммуникации. Не менее важен прагматический аспект, связанный с анализом речевых актов, их иллокутивной целью. Основная коммуникативная цель

рассматриваемых текстов – информативная; другие цели – императивная и убеждающая – выделяются косвенно. Функция воздействия, формирования мнений сводится к минимуму. Главная задача – дать как можно больше сведений в рамках предельно сжатой лексико-грамматической структуры. Образ автора и «фактор адресата» прослеживаются эпизодично.

С этой точки зрения нарушения языковых норм в рекламных объявлениях подразделяются на явные речевые ошибки (двузначность, неправильное словоупотребление, грамматические ошибки и т.д.) и на специфические нормы, обусловленные контекстом и особенностями жанра.

Восприятие текстов малых рекламных жанров (особенно бегущей строки) происходит в условиях «коммуникативных помех», а сжатость текста не позволяет максимально использовать многообразие различных способов воздействия, повышенную эмоциональность изложения, присущую рекламе вообще и выражающуюся в широком использовании эмоционально-оценочной лексики, всех изобразительных средств языка, поэтому, чтобы привлечь и удержать внимание читателя, применяются оригинальные речевые и графические средства.

С одной стороны, постоянно действует тенденция к экономии языковых средств: опускаются слова, ясные из контекста или семантически малозначимые, с другой стороны, благодаря разного рода повторам (лексическим, грамматическим, многократному повтору одной и той же морфемы в составе разных слов, графическому выделению) можно наблюдать избыточность синтаксических структур, случаи плеоназма и тавтологии (что позволяет говорить об еще одной особенности жанра).

Особый интерес представляют графические особенности малых рекламных жанров. Аномальное использование пунктуационных знаков привлекает внимание читающего и сигнализирует о повышенной ценности выделенного таким образом содержания. Регулярное употребление различных типов графических сокращений (точечных, косослинейных, дефисных, комбинированных) способствует предельному насыщению сжатой лексико-грамматической структуры.

Выявленные особенности краткого рекламного объявления (в первую очередь «бегущей строки») позволяют считать его особым жанром русской речевой коммуникации, сформировавшимся в России в последнее десятилетие.

Т.Г.Ковалева

Эффективность рекламных объявлений о трудоустройстве

Нами было проанализировано 190 рекламных объявлений о найме на работу. Анализ этих объявлений позволил выделить некоторые наиболее типичные структурные компоненты, положенные в основу объявлений (процент характеризует количество текстов, в которых присутствует данный элемент):

название фирмы/предприятия – 25% ;
 место работы: Москва – 4, заграница – 5% ;
 требования к полу: мужчины – 17, женщины – 17% ;
 возраст – 21% ;
 образование: в/о – 17%, с/с – 3% ;
 требования к опыту работы – 13% ;
 коммуникабельность – 9% ;
 внешние данные: хорошие – 3% ,
 знание иностранных языков – 4% ;
 знание персонального компьютера – 5% ;
 наличие автомобиля/прав – 4% / 2% ;
 наличие домашнего телефона – 3% ;
 график работы: свободный – 4%, постоянный – 7%, временный – 1% ;
 условия найма: жилье – 9%, сохранение стажа – 3%,
 конфиденциальность – 2%, отпуск за счет фирмы – 2%, проезд бесплатный – 2%,
 хороший коллектив – 2%, карьерный рост – 3%, контракт – 2%, виза – 3%,
 страховка – 1% ;
 заработная плата: сдельная – 4%, в долларах – 6%, в рублях – 14%,
 высокая – 8%, по неделям – 3%, по договоренности – 2%, по дням – 2%, оклад
 + % от сделки – 5%
 условия приема на работу: собеседование – 5%, конкурсный отбор – 3%,
 резюме 8%, тестирование – 1% ;
 средства связи с работодателем: телефон – 100%, адрес – 13%, факс – 4%,
 Internet – 8%.

Ясно, что текст объявления должен быть интересным, он должен привлекать внимание читателей. Однако часто мы видим объявления типа: "фирме требуются: грузчики, слесарь, плотник, столяр, экспедитор...". Такие объявления не вызывают яркого образа, не заинтересовывают, не возбуждают желания работать на эту фирму. "Люди не читают рекламных объявлений как таковых. Они читают то, что их интересует, и тогда этим оказывается рекламное объявление" (Говард Госиди).

Успеху рекламы прежде всего помогает грамотно выстроенная композиция. Композиция выбирается с учетом необходимости привлечь внимание читателя. В основном в объявлениях встречается типовая информационная композиция: "требуется кондитер". Редко встречаются объявления с композицией эффекта края – слоган (броское изображение в начале и в конце рекламного обращения): "Врачи стоматологи!...Работа для вас!"

Важное качество рекламы – ее достоверность, честность. Конечно, никто не обязывает работодателя раскрывать в рекламе явно невыгодные факторы, однако прямая недостоверность рекламы не только подрывает деловую репутацию, но и является поводом для лишения лицензии на право занятия определенными видами деятельности, может стать предметом судебного разбирательства. К сожалению, это качество рекламы остается достаточно редким. Опрос, проведенный агентством "Roper Starch" в глобальных

масштабах свидетельствует, что из общего числа опрошенных считают, что рекламодатель дает достоверную информацию, лишь 38%.

Цель объявления обычно состоит в донесении наиболее важных идей или аргументов, поэтому рекламопроизводителям не стоит бояться относительно длинных текстов. Хорошо известно, что если тема интересует потенциального читателя, любой длинный текст будет дочитан до конца.

М.В.Петрайтене

Особенности воздействия телерекламы на дошкольника

Язык телерекламы выступает в различных функциях - как средство передачи и усвоения опыта, как средство коммуникации. Воздействие телерекламы осуществляется через восприятие, в нем участвуют процессы памяти, мышление, воображение. И.С.Кон указывает на способность телевидения замещать влияние реального взрослого на ребенка.

Представления ребёнка об окружающем, получаемые под воздействием телерекламы, имеют сложную архитектуру. Выделяется «ядро», на которое конвергируют все новые впечатления, получаемые ребёнком. Под «ядром» следует понимать центральное чувственно-интеллектуальное образование, совокупность относительно постоянных представлений о предметах (явлениях). Имеет также место «периферия», куда практически каждый день поступают новые сведения из рекламных роликов, которые преломляются у ребенка через призму его собственного и активно дополняются аффективно-оценочными компонентами.

Важно отметить, что воздействие на личность ребенка оказывают не только вербальные компоненты рекламного языка, но и невербальные. В результате в речи детей появляются «рекламные» шаблоны и штампы («Не тормози – сникерсни!», «Не дай себе засохнуть!», «Шок – это по-нашему!» и т.д.). Дети радостно подражают словам, ненормативным выражениям и жестам, которые поступают с экрана. Так складывается целая модель поведения и общения маленького человека со взрослыми и сверстниками. Незатейливо слетают с детских губ фразы типа: - Ты где был?- Пиво пил.

Как ураган обрушивается информация на ребёнка. Дети видят натянуто улыбающиеся лица «поедателей» шоколада и искаженные агрессией или страхом лица героев рекламы боевиков, «летающих коров», в которых «больше жизни» ... Образы, далеко не всегда безобидные, могут оставаться в детской памяти надолго.

В силу высокой эмоциональной чувствительности у ребенка на фоне постоянных просмотров у детей могут появляться беспокойство, страхи, физическая и вербальная агрессия, аффективность поведения. Телереклама – это повышенная громкость речи, под ее воздействием у ребенка повышается порог ощущений и снижается чувствительность. Мозг ребенка перегружается

сильными впечатлениями, и, как следствие, снижается познавательная активность.

Однако есть и положительное во влиянии телерекламы на ребенка. Чуткость к языковым явлениям, в том числе и языку рекламы, реализуется в способности дошкольников понимать и употреблять новые слова, их формы и сочетания по аналогии с ранее усвоенными. Язык рекламы дает новые стимулы для самостоятельного словообразования у детей. Благодаря этому рождаются в речи детей выражения типа «кокакольный магазин», т.е. магазин с рекламой «Кока-колы». Рассматривая особенности воздействия телерекламы, стоит также отметить, что с помощью рекламы ребенок учится ориентироваться в окружающей действительности, познает её с различных сторон, формируется чувственная сторона его жизни, эмоционально-мотивационные установки по отношению к себе, окружающим. Ребенок приобретает опыт, необходимый для коммуникативного поведения в обществе.

Телевидение – один из институтов социализации, поэтому нам хочется указать на необходимость ответственного отношения к воспитанию детской личности, живущей в цивилизованном обществе, в котором коммуникативная культура играет большую роль.

А.А.Демин, В.Б.Кашкин

Граффити как элемент коммуникативного поведения

Бурно развивающийся современный российский политический дискурс позволяет иногда усомниться в правильности распространенных представлений о сущности коммуникативного процесса. Основной функцией систем общения обычно считается передача информации от адресанта к адресату. В то же время, многие явления политической сферы (лозунги, листовки, митинги, граффити и т.п.) скорее представляются как замкнутый на самом себе процесс, не соответствующий известной трансляционной модели.

Настенные (тротуарные, заборные) надписи, или *граффити* (от итал. *graffito*, -i *т* надпись или рисунок, выцарапанный на стене), обладают особенностями, которые отличают их от других коммуникативных средств. Это - массовость аудитории, агрессивность контакта и воздействия (адресат не дает своего согласия на контакт, но вынужден читать надпись), потенциальная интерактивность (можно «приписать» что-либо свое рядом).

Можно выделить следующие разновидности настенных надписей:

- * по типу используемой коммуникативной системы - граффити текстовые (в прозаической и поэтической форме), художественные и гибридные (рисунки сочетаются с текстом, либо текст включает в себя значимые графические элементы: ЛДПР);

- * по типу коммуникативной сферы и содержанию: граффити политические (*Банду Эльцина под суд! Clinton sucks!*), групповых интересов (*VORONEZH HOOLIGANS; ФАРМ – сердце политеха; Смерть гопникам!*) и бытовые (*Вася + Лена = любовь*);

В функциональном плане граффити всех типов характеризуются следующими чертами: компенсация невозможности обратиться к потенциальному адресату напрямую (страх получить отпор на еще фатическом этапе общения), компенсация невозможности официального массового распространения и признания (противодействие официальной власти, официальной и неофициальной цензуре). Политические граффити, специально созданные как часть предвыборной кампании, служат функции непрямого воздействия (авторитет «слуха из народа» выше авторитета официальной власти).

Вне зависимости от типа и сферы распространения настенных надписей, их объединяет самая существенная общая черта: они, как правило, не передают никакого иного сообщения, кроме информации об эмоциональном состоянии адресанта.

Очевидно, что содержание граффити, отражающих групповые интересы, малоинформативно для членов группы. Подобно лозунгам на митингах, они не столько служат информированию друг друга (сообщаемое тривиально для членов группы) либо общества (проблемы маргиналов мало кому интересны), сколько выполняют ритуальную функцию, уподобляясь «коллективной молитве». Информативность здесь явно уступает место социально-групповой идентификации (объединение себе подобных и размежевание с остальной частью социума), делимитативной функции (проведение границы и самоутверждение).

Серьезным препятствием для социопсихолингвистического исследования мотивации при написании граффити является трудность обнаружения автора, зачастую - его агрессивность, нежелание отвечать на вопросы анкет либо направленных интервью. Более доступен метод наблюдения и анализа реального отзвука сообщений, передаваемых граффити, у невольных адресатов.

Русский язык глазами школьников

С.Сергеева

Семантика слов *прикол* , *прикольный*, *прикалываться* в сознании старшеклассников

В современном разговорном русском языке появляется много новых слов, значение которых по-разному понимается в различных возрастных группах. Нами было исследовано значение слов группы “прикол” в сознании учащихся 11-х классов.

Было опрошено 30 человек. Испытуемым было предложено ответить на следующие вопросы:

Прикол - что это означает?

Прикольный - *это тот, который...*

Что мы называем *прикольным*?

Прикольно - это как?

Прикалываться - это что делать?

Приколиться - это что сделать?

Обработка результатов анкетирования показала следующее.

Прикол

Шутка – 19, розыгрыш – 6, весёлое действие – 4 , отказались ответить – 1.

Прикольный

Весёлый человек – 16 , смешной человек – 7, необычный – 3 , Интересный, симпатичный – 2 , отказались ответить – 0.

Что называют прикольным?

Красивую вещь – 13 , отказались ответить – 8, необычное – 5 , всё, что нравится человеку – 4 .

Прикалываться

Рассказывать что-то смешное – 12 , подшутить – 11, отказались ответить – 7.

Приколиться

Подшутить над кем-то – 15, отказались ответить – 8, насмехаться над кем-либо – 5, разыграть кого-либо – 1.

Прикольно

Когда весело – 14, когда тебе хорошо – 8 , когда всем смешно – 7, интересно – 1, отказались ответить – 0 ч.

Полученные данные позволяют сделать следующие выводы.

Слова *прикол*, *прикольно*, *прикалываться*, *приколиться* респонденты связывают преимущественно с понятиями *веселый*, *шутить*, *смешной*.

Интересно, что слово *прикольный* в сознании старшеклассников оказалось многозначным: с одной стороны – веселый человек, с другой – красивая вещь, нечто необычное.

У слов *прикалываться* и *приколиться* также отмечено два значения: рассказать смешное и подшутить над кем – либо.

Таким образом, можно сказать , что слова, относящиеся к группе “прикол”, несмотря на свое “корневое родство”, имеют некоторые различия в значении отдельных словоформ. В целом слова этой группы имеют широкое, недостаточно четко очерченное значение, в котором преобладают положительная оценка и эмоция.

Любимые и нелюбимые слова

Цель нашего исследования – выявить, какие слова людям нравится произносить, а какие слова вызывают у них отрицательные эмоции. Нами было опрошено 30 старшеклассников (15-16) лет и 50 учеников шестых-седьмых классов (12-13 лет).

Обработка результатов показала следующее.

В группе старшеклассников девочкам нравится произносить слова: любовь (5 ответов), нежность (4), счастье, доброта (3), надежда (2); единичные: галактика, названия цветов, мама, музыка, интеллигенция, красота, великолепно, фунтик, прекрасно, учеба; мальчикам нравятся слова: любовь, молодец, победа.

К группе слов, вызывающих у них отрицательные эмоции, старшеклассники единодушно отнесли слова: дурак, дура, глупый, проблема, смерть, разлука, страх, ужас, хрюша, нецензурные слова, ругательства.

У учащихся 6-7 классов наблюдается большее разнообразие слов. Девочкам нравится произносить слова: мама, каникулы, люблю, милый, привлекательный, спасибо, пожалуйста, счастье, кукла, друг, котик, солнышко, пятерки, классно, круто, бабушка, бриллиант, деньги, школа; мальчикам нравятся слова – люблю, круто, «ништяк», клево, прикол (4), жизнь, земля, Россия, каникулы, школа, ура, семья, мама, папа, солнце, кайф.

Девочки не любят произносить такие слова, как плохо, бред, извините (4 ответа), урок, отстань, бедный, враг, дура, нецензурные слова, ругательства; мальчикам не нравятся слова: отстой, учить, предатель, враг, учеба, хирургия, нецензурные слова, козел, осел, болван.

При сравнении полученных списков можно сделать такие выводы. Старшеклассников привлекают отвлеченные слова, имеющие нравственный, философский смысл. Ученикам средних классов нравятся слова, обозначающие конкретные понятия. Интересно, что в список приятных слов попали формулы речевого этикета. Мальчикам этой возрастной группы нравится звучание слов, относящихся к молодежному жаргону.

В число нелюбимых слов попали: школа, учеба, урок, извините. В обеих возрастных группах четко выражено отрицательное отношение к нецензурной лексике и оскорбительным словам.

Полученные данные позволяют в какой-то мере понять внутренний мир подростков, представить, что является для них ценным, нравственным. Но все же радует то, что для нашего поколения не утратили своего значения такие слова как счастье, любовь, надежда.

Любимые и нелюбимые имена

Цель нашего исследования – выяснить, какие имена пользуются популярностью, а какие вызывают отрицательные эмоции.

Нами были опрошены 3 возрастные группы: взрослые люди, учащиеся 6-7 классов, учащиеся 10 классов (25 человек). При обработке полученных анкет были выявлены следующие списки.

В группе учащихся 6-7 классов

Любимые:

Мужские: Владимир – 10; Олег – 6; Алексей – 5; Александр – 4; Миша – 8; Максим – 11; Игорь – 6; Андрей – 3; Сергей – 4; Дима – 5; Женя – 2; Анатолий – 2; Ваня – 2, *единичные имена*: Денис – 1, Илья – 1;

Женские: Света – 10; Надя – 2; Татьяна – 9; Марина – 10; Ирина – 7; Елена – 6; Яна – 3; Катя – 4; Оксана – 5; Наташа – 4; Маша – 2; Даша – 2; Нина – 2, *единичные имена*: Вика – 1, Юлия – 1, Лолита – 1, Ксения – 1, Лиля – 1, Карина – 1, Диана – 1, Алина – 1, Евгения – 1.

К нелюбимым именам учащиеся отнесли:

Мужские: Иван, Кузьма, Евгений, Юрий, Василий, Петр.

Женские: Зоя, Рая, Вера, Аня.

В группе старшеклассников:

Любимые:

Мужские имена: Алексей – 11, Даниил – 10, Александр – 10, Сергей – 10, Дмитрий – 11, Андрей – 10, Михаил – 6, Артем – 5, Максим – 4, *единичные имена*: Тимур – 1, Владимир – 1, Олег – 1.

Нелюбимые: Ваня – 11, Вася – 10, Коля – 8, Костя – 7, Гриша – 8, Федя – 7, Стас – 6, Александр – 5, *единичные*: Денис – 1, Юрий – 1, Эдуард – 1, Виктор – 1, Тимур – 1,

Женские имена:

Любимые: Елена – 10, Светлана – 8, Екатерина – 7, Юлия – 6, Лилия – 8, Виктория – 7, Марина – 4, Ольга – 4, *единичные имена*: Алла – 1, Карина – 1, Лаура – 1, Анжелла – 1.

Нелюбимые: Марфа – 11, Матрена – 11, Татьяна – 10, Ольга – 8, Елена – 5, Вера – 6, Ксения – 5, Маргарита – 4, Галина – 2, Наталья – 2, Аня – 2, Маша – 2, *единичные имена*: Марфа – 1, Екатерина – 1, Дуня – 1.

В группе взрослых

Мужские имена:

Любимые - Валера, Николай, Тимур, Павел, Максим, Денис.

Нелюбимые - Данил, Михаил.

Женские имена:

любимые- Ксения, Татьяна, Ольга, Серафима, Мария, Ирина, Марина.

Нелюбимые: Светлана, Анна, Зоя, Зина, Вера, Надежда, Любовь, Галина, Максим.

Полученные результаты позволяют сделать следующие выводы.

Во всех трех группах лидируют следующие имена:

– среди любимых: Алексей, Елена, Максим, Марина.

– среди нелюбимых: Юрий, Зоя, Михаил, Анна, Галина.

Можно предположить, что неприязнь к именам (Галя, Катя, Аня, Зоя, Костя, Коля) объясняется их слишком мягким звучанием, а вариант), более строгий (Галина, Екатерина, Константин, Николай, Анна, Елена) всем нравится больше.

Большой разброс имен в группе 6-7- классников связан с тем, что в этом возрасте имя, видимо, ассоциируется с самим носителем этого имени, поэтому за некоторыми именами подразумевается, возможно, конкретный человек, любимый или нелюбимый.

Из рассказов людей старшего поколения я поняла, что на имена влияет даже общественная идеология и политика. Так, во время Октябрьской революции и в небольшом промежутке времени после нее было модно имя Октябрина, в 20-е годы прошлого века появилось имя-аббревиатура: Владлен, состоящее из начальных букв имени и фамилии Владимира Ленина. Конечно, очень многие стали называть и просто Владимир. Вилорий – аналогичное имя имени Владлен, но оно состоит уже из 4-х отдельных слов. Вот как оно расшифровывается: В – Владимир, И – Ильич, Л – Ленин, О- Октябрьская, Р – Революция.

Во времена культа личности Сталина девочек стали называть Светланой – в честь его дочери, а также новым именем, произошедшим от фамилии вождя – Сталиной. Моя бабушка рассказала мне, что когда она еще была студенткой и училась в педагогическом училище, она знала одну семью, в которой было двое детей, мальчик и девочка. У этой семьи была обыкновенная фамилия, но родители дали мальчику новую фамилию: Советский, девочке – Советская, а имена Мир – мальчику, и Власть девочке. Получилось Мир Советский и Власть Советская.

Таким образом, есть мода на имена и есть субъективное отношение людей к именам. Каждое имя несет на себе печать своего времени и рассказывает нам об этом времени.

В. Антощенко, Е.Захарченко

Жаргон в речи студентов техникума

Жаргон – составная часть языка, которая занимает большое место в речи молодежи и является интересным материалом для изучения.

Каковы особенности жаргонной речи студентов среднетехнического учебного заведения? Изучая эту проблему, мы провели анкетирование студентов Воронежского энергетического техникума.

Было опрошено 90 студентов 1 и 2 курсов разных специальностей. Испытуемым предлагалось написать 7-8 наиболее употребляемых ими жаргонных слов и выражений, объяснить их значение и по возможности привести примеры использования этих слов в контексте.

При обработке собранного материала возникла идея разделить участников опроса по возрастным и половым категориям, а также по длительности их обучения в техникуме, так как толкование одних и тех же слов порой существенно отличались у разных групп студентов.

В результате было собранно 150 жаргонных слов и выражений. Наиболее популярными (по частоте упоминания) у студентов ВЭТ оказались слова и выражения: «забить стрелу», «загоняться», «облом» и «борода» (их назвали соответственно 34%, 26%, 20% и 20% от общего числа опрошенных).

При этом выражение «забить стрелу» юноши написали в своих ответах чаще (46%), чем девушки (22%). Многие слова, такие как: «понпорез», «фишка», «дятел», «упырь», «стрельнуть» и др., девушками не были названы вообще.

Было также замечено, что девушки употребляют жаргонные слова гораздо реже, чем юноши. Так девушки назвали всего около 30% от общего числа собранных слов, тогда как юноши около 80%.

Жаргон юношей-студентов более экспрессивен, комментарии слов более емкие и однозначные (тачка – машина, облом – неудача). Зато девушки нередко приводят по 2-3 синонима на каждое слово (прикольно – смешно, интересно; фуфло – нехороший человек, плохая вещь). Заметим также и различия в жаргонной речи первокурсников (вчерашних школьников) 15-16 лет и второкурсников – 17-18 лет. Так, понятие заморачиваться у студентов первого курса означает *чем-то заниматься*, заканчивать беседу, а у второго курса – *знакомиться*. При этом студенты второго курса назвали всего 40% от общего числа всех собранных слов, мотивируя тем, что для них жаргон уже не так актуален. Видимо обучение в техникуме, общение со студентами третьего и четвертого курсов (19-20 лет) все же отражается в речи.

Показался интересным тот факт, что жаргон студентов, прибывших в ВЭТ из сельских районов, носит устаревший характер, состоит из слов, так сказать, давно вошедших в нашу речь: колбасить, питлуха, чувак, пидальный. Жаргон горожан более индивидуальный. Есть слова, упомянутые по одному разу: лохматить бабушку, упырь, уши греть. Этот факт наводит на размышление: уж не придуманы ли они самими авторами для придания своей речи особой исключительности?

Вызывает озабоченность и то, что в студенческом жаргоне появилось много слов, связанных с темой наркомании: флейта, бульбулятор, дунуть, машина, баян, ширнуться. Это свидетельствует о проблемах в социальной среде, отразившихся в языке.

Очевидно, что жаргон среди студентов в техникуме весьма популярен: он служит средством «связи слов», выполняет роль «эзопова языка» в общении, облегчает достижение коммуникативных целей. Но очевидно и то, что с каждым этапом «взросления» у студентов нашего техникума увеличивается потребность заменять жаргонные слова литературными, следить за чистотой своей речи.

Компьютерный жаргон

Широкое распространение компьютеров в жизни людей отразилось и в лексике русского языка. Многие компьютерные термины были заменены условными словами, которые не всегда хорошо понятны людям, не работающими с компьютером. Мы попробовали собрать небольшой словарь таких условных обозначений. Их не так много:

Камень – процессор;

Мама – а) материнская плата, б) гнездо с отверстиями;

Папа – а) память; б) гнездо со штырьками;

Тыква – монитор;

Клава – клавиатура;

Тискать клави – работать на клавиатуре;

Глюк – а) Windows, б) сообщения типа: «Процессор не найден. Убедитесь в том, что устройство присоединено к системе, после чего повторите попытку.» или «Отсутствуют новые группы новостей. Просмотреть их сейчас?» и т. п. в) зависание (см. ниже)

Завис – не реагирует ни на что, тормозит, «глючит»;

Три заветных клавиши – Ctrl + Alt + Delete;

Мыло – электронная почта;

Колобок – шарик в «мышке»;

Рама – оперативная память;

Оперативка – оперативная память;

Метр – 1 мегабайт;

Килы – килобайты;

Винт – винчестер.

Как видно из приведенного списка, жаргонизмы формируются либо из сокращений компьютерного термина, либо на основе внешнего сходства прибора, хотя происхождение некоторых терминов, таких как «камень» и «мыло», трудно объяснить.

Несколько компьютерных терминов (шина, курсор, стример, пиксель) было предложено учащимся шестых классов с целью выяснения, что могут обозначать слова с таким произношением. Было опрошено 60 человек. В результате получены следующие ответы:

Курсор (подвижный знак, воспроизводимый ЭВМ на экране дисплея и отмечающий, где будет помещен следующий знак) понимается как *корабль*, *экскурсовод*, *курсант*, *студент*, *блюдо*, *мусор от курения*, *куриный мусор*, *писчая строка (ассоциация с курсивом)*.

Стример (устройство для записи на магнитные ленты) – *фамилия*, *браслет*, *волнение*, *спортсмен*, *игра*, *рокер*, *тренер*, *градусник*, *профессия*, *стремление*.

Пиксель (точка на дисплее) – игрушка, кисель, писклявый или крутой человек, вкусный напиток, приправа для киселя, порода собак, циркуль, подача сигнала, деталь компьютера.

Шина (провод соединяющий детали компьютера) единодушно связали ее с *колесом, резиной, машиной.*

Полученные результаты позволяют сделать следующий вывод: несмотря на то, что компьютеры прочно вошли в нашу жизнь, основная масса людей еще не знакома в достаточной степени с компьютерной лексикой и тем более компьютерным жаргоном.

Е. Сычева

Риторический вопрос как газетный заголовок

Одной из задач журналистики является установление активного взаимодействия автора статьи и читателя, диалогизация речи. Этой задаче служат риторические фигуры, среди которых в прессе активно используется риторический вопрос. В данной работе мы рассматриваем риторический вопрос в качестве заголовка газетной статьи. Для исследования были взяты заголовки газет “Комсомольская правда”, “Молодой коммунар”, “Мое” (с 3.11.2000 по 24.02.2001).

Риторический вопрос, вынесенный в заглавие газетной статьи, как правило, подсказывает однозначный ответ, формирует мнение и чувства читателя: *Опасно ли жить в воронежских домах?* (“Мое” 6 (325) 2001), *Стоимость тепла возрастает на 20% ?* (“Комсомольская правда” 24 ноября, 2000), *Куда уходят дети, в какие города?* (“Мое” 48 (315), 2000), *Предвыборная борьба приобретает уголовный оттенок?* (“Мое” 42 (309), 2000).

В приведенных выше риторических вопросах авторами статей подчеркивается обеспокоенность положением дел, привлекается внимание читателей к обсуждению поднятых проблем. В риторических вопросах *Опасно ли жить в воронежских домах? Предвыборная борьба приобретает уголовный характер? Украину ожидают февральские потрясения?* (“КП” 6 февраля, 2001), *Взлетят ли воронежские дома на воздух?* (“Мое” 3(323), 2001) содержится определенный намек: читателю предлагается додумать и сформулировать для себя то, что не договорено автором.

Риторические вопросы в газетных заголовках позволяют выделить важные в смысловом отношении “идеи” речи. Многие риторические вопросы нацелены на привлечение внимания читателей: *Лекарства в Воронеже дорожать не будут?* (“Мое” 8 (327), 2001), *Налогоплательщик всегда не прав ?* (“КП” 3 ноября, 2000), *Президента менять?* (“КП” 8 февраля, 2001), *Генерал Пауэлл заставит Москву упасть и отжаться?* (“КП” 6 февраля, 2001), *Как нам обустроить Воронеж?* (“Мое” 52 (319), 2000), *Теплая зима лишит нас урожая ?* (“Моё” 5 (324), 2001).

В результате нашего исследования мы пришли к выводу, что риторический вопрос как заголовок газетной статьи является достаточно распространенной и эффективной фигурой диалогизации монологической речи. Риторический вопрос служит для смыслового и эмоционального выделения её смысловых центров, для формирования эмоционально-оценочного отношения к предмету речи. Умело подобранный в качестве газетного заголовка риторический вопрос - это определенный этап обсуждения темы, формирующий точку зрения читателя и его чувства.

А.Ядрихинская

Имидж телеведущего Дмитрия Диброва

Одним из самых популярных телеведущих НТВ является, на мой взгляд, Дмитрий Дибров. Рейтинги его передач “Антропология” и “О, счастливчик” достаточно высоки. Что привлекает телезрителей в Дмитрии Диброве?

Рассмотрим умение телеведущего завоёвывать аудиторию с точки зрения зрительно воспринимаемых элементов речи.

На наш взгляд, к достоинствам Дмитрия Диброва как телеведущего можно отнести не только его умение выражать свои мысли ясным, хорошим языком, но и обаятельный внешний имидж телеведущего.

Передача “О счастливчик” строится по принципу “вопрос – ответ”. Ведущий должен не просто знать правильный ответ, но и обладать достаточной эрудицией, чувством юмора, находить контакт с аудиторией, создавать положительный зрительный образ, уметь свободно поддерживать беседу в нужном направлении.

Остановимся на отдельных сторонах внешнего облика телеведущего Дмитрия Диброва. К зрительно воспринимаемым элементам относятся внешность, манеры, поза, жесты телеведущего.

Внешний облик играет немаловажную роль для ведущего телепередач. Дмитрий Дибров всегда опрятен, подтянут. В его одежде нет экстравагантности. В манере одеваться сочетается, как мне кажется, аристократизм и демократичность.

Манеры Дмитрия Диброва подкупают доброжелательностью, умением легко общаться с аудиторией. Ведущий Дибров всегда создаёт дружескую атмосферу в студии, хорошо налаживает контакты с любым собеседником. Дмитрий Дибров держится в студии очень уверенно, он выбирает удобную манеру не только для себя, но и для своего собеседника. Жесты Диброва сдержаны, произвольны и уместны.

Лучшая черта внешнего облика телеведущего Дмитрия Диброва – корректность. Дибров – один из немногих телеведущих, который предельно корректен. Ни в одной из телепередач он не поставил своего собеседника в затруднительное положение, несмотря на то, что Дмитрий Дибров умеет создавать интригу, обладает тонким чувством юмора.

У Дмитрия Диброва, на наш взгляд, есть следующие хорошие ораторские качества: простота в общении с аудиторией, воодушевление, уверенность и дружеский тон. В его позе перед телекамерой сочетаются легкость движений и непринужденность осанки, энергичность и раскованность.

Когда-то Франклин Делано Рузвельт дал следующий совет своему сыну, как выступать публично: “Будь искренен, будь краток, садись.” Дмитрий Дибров именно так и поступает и заслуженно является одним из самых популярных телеведущих страны.

В.Могилева

Восприятие телевизионной рекламы восьмиклассниками

Современное телевидение насыщено рекламными роликами разных видов. Можно предположить, что степень эффективности рекламного сообщения определенным образом связана с его запоминаемостью. Мы поставили перед собой задачу выяснить, какая реклама лучше запоминается учащимися 8-ых классов.

Испытуемым предлагалось назвать по одной яркой, интересной рекламе, а также по одной глупой рекламе, а затем объяснить свой выбор. Было опрошено 20 человек (13 девочек и 7 мальчиков). На вопрос о самой интересной рекламе затруднились ответить 8 человек из общего числа опрошенных. При определении глупой рекламы затруднений не было выявлено.

В качестве интересных назывались следующие рекламные сообщения:
 Реклама памперсов Поппинс - 4 человека (нравится музыка, детишки);
 Реклама памперсов Хаггис-2 (забавная идея про живого тигра);
 Конфеты Савинов-1 (смешные пластилиновые человечки);
 Кофе Нескафе (реклама в честь 8-го марта) -1(нравится стихотворение);
 Губная помада Буржуа -1(нравится девушка);
 Сухой корм для животных Дарлинг - 1(приятно смотреть на кошек);
 Пиво Доктор Дизель - 1(интересный сюжет);
 Кока-кола - сила сближения -1(интересный способ знакомства).

Глупыми рекламами были названы:

Реклама прокладок Олвейс-8 человек (в рекламе такой продукции человек не нуждается);

Комет-4 (сильно раздражает Ульянова);
 Реклама Рондо-2001-3 (неинтересный сюжет, неприятно смотреть);
 Косметика Мэйбилин-3 (размалеванные девушки);
 Пиво Бочкарёв-2 (в баре футбол не смотрят);
 Памперсы Хаггис-2 (скучная);
 Колготки Леванте-2 (они мне не нужны)
 Бульонные кубики Галина Бланка -1(много повторяющихся моментов);
 Чистящее средство Силит -1(девушка много гримасничает);

Жевательная резинка Дирол-ягодный –1 (раздражает мужчину);

Пепси –1 (персонаж врет, в Пепси не 0 калорий, а 0,1 калория).

Интересно отметить, что при определении «глупой» рекламы мнение школьников относительно совпадало, интересными же считались различные рекламные ролики. Самыми неинтересными оказались рекламы Комет, Рондо, прокладок Олвейс, пива Бочкарёв, памперсов. Самыми яркими – реклама памперсов. При этом последняя реклама оценивалась по-разному мальчиками и девочками, первые отмечали ее как глупую, вторые – наоборот.

Эксперимент показал большую субъективность учащихся при определении положительных качеств рекламы, но высокую согласованность ответов при определении глупой рекламы.

М. Паринова

Мотивы в рекламе

Современная реклама старательно учитывает мотивы потенциальных покупателей. Героями рекламы часто становятся мужчины и женщины, как бы взятые из толпы. Образы эти эксплуатируются в рекламе очень активно. Это не случайно. Установлено, например, что мужчина при покупке дома ассоциирует его с образом матери, а женщина саму себя отождествляет с домом. Доказано, что у мужчин и женщин различны мотивы покупки одних и тех же товаров. В соответствии с этим стали дифференцировать рекламу.

Изучение мотивации заключается в том, чтобы обнаружить скрытый смысл установок совершаемых покупок. Это делается с помощью косвенных опросов потенциальных покупателей. Цель опросов – установить:

- что толкает человека к покупке;
- что удерживает человека от покупки;
- как возникает решение купить тот или иной продукт;
- какова связь данной покупки с совершенными ранее покупками.

Реклама использует всю эту и другую информацию с тем, чтобы усилить интенсивность положительной мотивации и устранить то, что ей мешает. Для нее главное не сам продаваемый предмет, а те положительные эмоции, которые он вызывает.

В первую очередь реклама обращена к чувствам. Рекламное воздействие отдается не столько доводам, сколько показу пользы от покупки. Представители разных социальных групп ищут в рекламе разную информацию и настоящая реклама старается это учитывать.

Символическое значение слова *белый* (на материале произведений Ч.Айтматова)

Последнее время многие исследователи отмечают, что для будущей филологической теории символа потребуются исследования частных случаев, на основании которых можно будет построить обобщение, которое, в свою очередь, поможет исследователям лучше понять конкретные факты.

В качестве нашего первого опыта рассмотрим символику *белого* цвета у Чингиза Айтматова (проанализировано около 100 примеров). Можно выделить несколько пластов цветовой символики в его произведениях:

1. Авторская символика – созданная непосредственно талантом автора.
2. Фольклорная символика – переработанное автором наследие предков.
3. Общезыковая символика – понятия, образы и ассоциации, присущие человеку века XX.

Используя в своих произведениях древние легенды и сказания, автор заимствует фольклорную символику *белого* цвета. Так, *белый* означает чистоту, непорочность, красоту («Легенда о Матери-Оленихе», «Плач верблюдицы, потерявшей своего *белого* верблюжонка»); смерть и бессмертие («Легенда о манкурте»).

Осмыслив и переработав наследие предков, Чингиз Айтматов даёт собственную цветовую символику *белого* цвета, включающую ряд понятий:

любовь – воплощение всего самого близкого (возлюбленная иноходца Гульсары многократно упоминается одной деталью: *белая* звезда во лбу. «У неё *белая* звезда во лбу. Подбежала лёгкими шагами, поблескивая при луне *белой* звёздочкой во лбу» (См. Ч.Айтматов «Прощай, Гульсары!» с.22)),

физическая сила («Пыль из-под его копыт прочерчивала степь *белым* бегучим следом и в безветренную погоду нависала над дорогой, как дым реактивного самолёта» (См. Ч.Айтматов «Прощай, Гульсары!» с.104)), которая несёт радость («Вот они остановились как замороженные, вот разом обернулись, мелькнули лица, сияющие глаза, улыбки и *белые* зубы» (См. Ч.Айтматов «Прощай, Гульсары!» с 79.)).

Можно выделить и ряд негативных символов: *болезнь, несчастье, смерть* («Впереди на машине с откинутыми бортами везли усопшего Чоро, туго и глухо запеленатого в *белую* погребальную кошму» (См. Ч.Айтматов «Прощай, Гульсары!» с.67)), вездомное существование, но рядом присутствует другой ряд: ощущение чистоты, очищение, рождение, гармония мира и человека в нём («Хотелось побыть одному, хотелось посмотреть на восход луны, которая тихо поднималась из-за зубчатых вершин *белого* снежного хребта.» (См. «Прощай, Гульсары!» с.98)), мечта и её осуществление («Было долго видно, как плывёт пароход, и мальчик долго думал о том, как он превратиться в рыбу и поплывёт по реке к нему, к *белому* пароходу...» (См. Ч.Айтматов «Белый пароход» с.68))

Мы опросили также около 100 человек способом анонимного анкетирования и получили следующие данные: около 90% респондентов отвечали, что со словом «белый» у них возникают следующие ассоциации: холодный-чистый-светлый-честный-открытый-добрый-хороший-непорочный-молодой-умный-красивый.

Таким образом, символическая концепция *белого* у Айтматова соединяет в себе мифологическое, авторское восприятие и общезыковую символику, т.е. объединяет языческое древнее мышление с пониманием *белого* человека XX века.

М. Николаева

Употребление этикетных слов при обращении к начальнику в рассказах А.П.Чехова

Наша работа посвящена анализу некоторых рассказов Чехова А.П. с целью выявления слов и выражений, использовавшихся в XIX веке при обращении подчиненных к начальнику.

Нами было зафиксировано около 50 примеров, которые возможным классифицировать следующим образом.

1. Большая часть исследуемых выражений имеет вид обычного высказывания с добавлением - «с»:

- Очень приятно-с! Очень хорошо-с! (“Справка”).
- Проводить домой-с... (“Маска”).
- Слушаю-с! (“Торжество победителя”).
- ... Я вам докажу-с! (“В почтовом отделении”).

2. При обращении к высшему лицу использовались личные местоимения во множественном числе и, как правило, с личными местоимениями употреблялись глаголы во множественном числе, например:

- Помилуйте... что вы-с! (“Толстый и тонкий”).
- Не прикажите ли вас домой проводить (“Маска”).
- ... Ваше превосходительство... вышли в такие вельможи... (“Толстый и тонкий”)

3. В речи подчиненного, разговаривающего с начальником, использовались повторы одних и тех же фраз или даже предложений:

- Не прикажите ли вас домой проводить... Проводить домой-с (“Маска”).
- Я ваше превосходительство... милостивое внимание вашего превосходительства... (“Толстый и тонкий”).
- Ну-ну я умоляю... умоляю... (“Певчие”).

4. Не менее популярны были и обращения к начальнику, требующие начать разговор с упоминанием его чина, должности:

- Ваше- ство (“Смерть чиновника”).
- Ваше превосходительство (“Толстый и тонкий”).

- Билетик, вашество, ...кгме ...вашество... (“Депутат или повесть о том, как у Дездемонова 25 рублей пропало”).

- Ваше благородие... (“Капитанский мундир”).

5. Конечно же подчиненными использовались этикетные слова и выражения, подчеркивающие их уважение к начальнику:

- О, благодарю вас! (“Пережитое”).

- С кем я имею честь говорить? (“Шведская спичка”).

- Простите... Ежели я осмеливаюсь беспокоить ваше-ство (“Смерть чиновника”).

- Помилуйте... что вы-с... (“Толстый и тонкий”).

6. Достаточно частотны выражения, включающие в свой состав эпитеты, выраженные превосходной степенью имени прилагательного, которыми характеризуются качества начальника:

- Человек прекраснейший (“Свадьба с генералом”).

- За здоровье достоуважаемых гостей (“Свадьба с генералом”).

7. Наиболее сложную структуру имели выражения, содержащие целый ряд перечисленных ранее средств при обращении подчиненного к начальнику с добавлением сравнительного оборота:

- Милостивое внимание вашего превосходительства вроде как живительной влаги (“Толстый и тонкий”).

На основе изученного материала можно сделать следующий вывод: система слов и выражений, использовавшихся в 19-м веке при обращении подчиненного к начальнику, включала в себя разнообразные языковые средства, выражавшие демонстративное почтение к начальству в соответствии с принятыми в то время нормами речевого этикета и делового общения.

Н. Телебокова

Невербальное общение в рассказе Л.Н. Толстого «После бала»

В произведении Л.Н. Толстого «После бала» главный герой, Иван Васильевич, рассказывает историю любви, самой сильной любви в его жизни. Чувства, которые он испытывал к восемнадцатилетней Вареньке Б., переживания, вызванные поступком ее отца, ярко выражены в этом рассказе средствами невербального поведения героев – сигналами внешности, языком телодвижений, сигналами пространства.

Невербальное поведение Вареньки

Сигналы внешности. «Она была в белом платье с розовым поясом и в белых перчатках, немного не доходивших до худых локтей...». Известно, что белый цвет предпочитают те, кто хочет от чего-то освободиться, начать новую жизнь; розовый же цвет означает обаяние девичества. Удлиненные перчатки в те времена были модным предметом бального наряда.

Язык телодвижений. Жесты. «Радостно подает мне руку» – подтверждение доверительности отношений между Варенькой и Иваном Васильевичем, желание поддерживать контакт. «Она, подавая руку не мне, пожимала худыми плечами...» (См. там же) Такой жест плечами означает сожаление, которое Варенька не старается скрыть.

Мимика (улыбка). «Ласковая, всегда веселая улыбка рта...» – признак искренней улыбки, которая стимулирует продолжение контакта, поднимает настроение как самому говорящему, так и собеседнику.

Манипуляция с предметами. «...Я взял перышко и только взглядом мог выразить свой восторг и благодарность...» Манипуляция с веером и перышком демонстрирует затруднение и нерешительность в общении.

Невербальное поведение отца Вареньки

Сигналы внешности. «Он был очень красивый, статный, высокий и свежий старик...» Этими сигналами автор усиливает позицию отца Вареньки.

Язык телодвижений. Осанка. «Сложен был прекрасно, с широкой, выпячивающейся по-военному грудью, стройными ногами». Такая осанка придает уверенности, позволяет оказывать давление на собеседника.

Походка. «...И не отставая от него (татарина), шел твердой, подрагивающей походкой высокий военный...» (См. Л.Н. Толстой «После бала». С.14). Полковник демонстрировал высокомерие, беззаботность, удовольствие.

Физические контакты Вареньки и ее отца. «Он нежно обхватил дочь руками за уши и поцеловал в лоб...» (См. Л.Н. Толстой «После бала». С.12). Этот близкий контакт указывает на повышенную доверительность общения, которая бывает только между близкими людьми», подтверждает любовь отца к Вареньке.

Невербальное поведение татарина. Язык телодвижений. Жесты, мимика, позы показывали боль, беспомощность «...удивляясь он поворачивал сморщенное от страдания лицо в сторону, с которой падал удар, и оскаливал зубы...» (См. Л.Н. Толстой «После бала». С.15).

Мы наблюдаем, какую роль сыграло подобное невербальное поведение в развитии отношений Ивана Васильевича и Вареньки: «любовь пошла на убыль..., так и сошла на нет».

Художественная литература позволяет нам улучшить свои знания в области невербальных (несловесных) проявлений человека, проникнуть в замыслы писателя, понять характер и объяснить поведение героев.

В.Шошина

Правила общения в эпистолярном жанре (на материале “Правил светской жизни и этикета”, 1889год)

Переписка в девятнадцатом веке давала возможность людям выразить письменно те чувства, которые разлука не позволяла выразить лично, живым словом. Откровенное письмо, в котором автор изливал свои чувства, смягчало

горечь разлуки и сближало разлученных. Не было ни такого дела, ни такого чувства, которые нельзя было бы выразить в откровенном, искреннем письме. В 19-м веке существовало множество четких правил составления писем:

1. Письма согласовались с возрастом, с душевным состоянием лица, к которому адресовалось письмо: так, например, нетактично было писать о своей веселой и роскошной жизни тому, кто переживал горькие испытания и лишения.

2. Мужчина писал женщине в почтительной форме. Это правило соблюдалось даже в случае, когда мужчина по своему положению стоял выше женщины.

Многоуважаемая П... Н...!

Давно не испытывал я такого истинного удовольствия, как при известии о Вашем бракосочетании ..., имею честь быть

Вашим покорнейшим слугою

Г... Е...

3. Письма молодой девушки к своим подругам могла иметь приятельский и шуточный тон. В этих письмах не было официальности и серьезности.

Дорогая моя Таня!

Спешу поздравить тебя с Новым годом и с новым счастьем. Вот все, что я могу сказать, но и в столь немногих словах заключается многое, когда они высказываются от души.

Помни признательную А... Н...

4. Дети должны были, находясь в разлуке со своими родителями, писать им в Новый год, в именины и т. д. Письма к отцу, матери, наставнику носили характер почтительности, нежного и покорного доверия.

Милая и добрая маменька!

Первою своею обязанностью считаю пользоваться каждым случаем для выражения Вам моих чувств и моего почтения...

Искренно любящая Вас дочь

А... К...

5. Следовало быть осторожным и никогда ни о ком не писать ничего дурного, потому как - что написано пером, того не вырубишь топором.

6. В переписке следовало быть утонченно-остроумным. Малейшая бестактность, ничтожный промах в словах и небрежность в выражениях - показывали автора письма в неприятном свете, умоляя его нравственное превосходство.

Можно сделать вывод о том, что 19-м веке весьма важную роль в искусстве составлять письма играло умение отличить того, к кому писал автор, дать верный тон своему письму, такой тон, который правильно согласовывался бы с теми чувствами, которые испытывал автор письма. Для переписки нужен был ум, талантливость, житейская наблюдательность и плавность изложения.

Требования к поведению оратора в афоризмах и изречениях древних

Современная риторика широко использует результаты лингвистической прагматики - науки XX столетия, изучающей, как человек использует язык и речь для воздействия на себе подобных и как он ведет себя в процессе общения. На вопрос о том, что именно в речевом поведении говорящего нужно учитывать, чтобы убеждение было эффективным, ответили еще мудрецы древности.

Мы обратились к афоризмам Сократа, Платона, Аристотеля и других мудрецов древности. Они дают нам следующие риторические советы:

1. “Если кто решил овладеть красноречием по-настоящему, он должен быть человеком справедливым и сведущим в делах справедливости” (Платон).

2. “Долг оратора - говорить правду” (Платон). “Оратор красноречив только тогда, когда *кажется* всем, что он говорит правду” (Квинтилион).

Какими же качествами должен обладать оратор, чтобы слушатели воспринимали его речь как правдивую?

3. Не рекомендуется злоупотреблять “красивыми” словами: “Великие слова не изящны. Красивые слова не заслуживают доверия” (Дао Де Цзин).

4. Тем не менее, следует говорить эмоционально: “Слушатель всегда сочувствует говорящему с чувством, даже если он не говорит ничего основательного” (Аристотель). Для этого “почувствуйте прежде сами в себе те страсти, которые вы намерены возбудить в других” (Гораций).

5. К тому же, “кто умеет говорить, знает и время для этого” (Архидамид). Это положение подтверждает афоризм Солона: “Скрепляй слова печатью молчания, а молчание - печатью подходящего момента”.

6. Речь должна быть хорошо подготовлена: “Все, что намерен ты сказать, рас=мотри прежде в уме твоём, ибо у многих язык предваряет и самую мысль” (Сократ).

7. И последнее. Женщину - оратора слушают хуже. “Слова женщины легче падающих листьев, которые вода и ветер несут, куда им угодно” (Гораций).

Мнения же древних мудрецов по поводу длительности речи разошлись. Одни, как Плиний Младший, считали: “Лучше сказать лишнее, чем не сказать необходимого”. Другие, как Плутарх, считали, что говорить нужно “или как можно короче, или как можно приятнее”. Обе точки зрения примиряет мнение Цицерона: “Величайшее из достоинств оратора - не только сказать то, что нужно, но и не сказать того, что не нужно”.

А если начинающему оратору трудно держать в голове столько правил, достаточно запомнить одно, сформулированное Мо-цзы: “Всякое высказывание должно соответствовать трем правилам. Они суть: должно быть основание, должен быть источник, должна быть применимость”. Мы считаем, что это – программа-минимум начинающего оратора.

Концепт *дом* в русских народных пословицах

В данной работе мы стремились выяснить отношение к дому в русских народных пословицах. С этой целью было проанализировано 67 пословиц, собранных в “Толковом словаре живого великорусского языка” В.Даля и книге “Русские народные загадки, пословицы, поговорки” (сост. Круглов Ю.Г.)

В результате анализа было выявлено, что в большинстве пословиц русского народа говорится о заботливом, рачительном отношении человека к дому: *Мило тому, у кого много всего в дому. Чужим умом не скопить дом. Дом не велик, да лежать не велит*. Эти пословицы свидетельствуют о том, что в народе всегда ценилось трудолюбие, умение вести хозяйство, “жить домом”. Зажиточного хозяина называли домовитым. В это понятие вкладывали уважительное отношение к человеку, к его умению вести дом. В словаре В.Даля можно найти такие пословицы: *Домовитость больше продает, чем покупает. Кто умеет домом жить, тот не ходит ворожить. Дом без хозяина – сиротинка*.

Среди русских пословиц можно выделить те, в которых говорится о доме как достаточно замкнутом пространстве: *Каково кому в дому, неведомо никому*. Дом для русского человека всегда был очень дорог. Потерять его считалось большим несчастьем. Об этом говорят следующие пословицы: *В гостях хорошо, а дома лучше. Горе тому, кто плачет в дому, а вдвое тому, кто плачет без дому. Дон, Дон, а лучше дом. Дома все спору, а вчуже житье хуже*.

В русских народных пословицах подчеркивалось значение хороших отношений между домочадцами. От этих взаимоотношений зависит микроклимат в семье: *Каково на дому, таково и самому. Свой дом не чужой, из него не уйдешь*. В каждой семье свой уклад, свои определенные правила. Об этом гласит следующая пословица: *Дом дому не указ*. Согласно народной мудрости, не принято выносить сор из избы, поэтому: *В людях – радуйся, а дома – не рыдай мене, мати! Дома как хочу, а в людях, как велят*. Достаточно пословиц посвящено хозяевам: *Хозяйкой дом стоит. Всякий дом хозяином держится*. О нерадивом хозяине говорится следующее: *Дом хорош, да хозяин не гош. Худу быть, кто не умеет домом жить*. Многое, как считали создатели пословиц, зависело от хозяйки дома. Если жена попадалась сварливая, то о ней могли сказать: *Червь дерево тлит, а злая жена дом изводит. В людях ангел, а дома черт*. О социальных различиях применительно к дому говорит лишь одна пословица: *Богатому везде дом*.

На основании исследования можно прийти к выводу, что в русских народных пословицах мы находим вековые представления народа о доме как некоей ценности, своеобразной замкнутой системе, в центре которой семья со своим укладом. Положительно оценивались зажиточность, рачительность,

трудолюбие. Отрицательное значение приобретали леность, неумение вести хозяйство.

Е. Разенкова

Добро и зло в русских пословицах

(на материале словаря В. Даля. «Пословицы русского народа»)

Предлагаемая работа посвящена анализу русских пословиц, содержащих такие морально-нравственные категории как добро и зло.

Современные толковые словари дают в этом плане следующие значения: добро - все положительное, хорошее, полезное, зло - нечто дурное, вредное, противоположное добру.

Выбор источника материала обусловлен тем, что пословицы - краткие, ритмически организованные и синтаксически завершенные изречения, содержащие суждения из области морали, философии, житейской мудрости и «пословицы слагаются только в пору первобытной простоты речи, и как отрасли, близкие к корню, стоят нашего изучения и памяти» (В.И. Даль).

Нами было зафиксировано около 160 пословиц, которые мы расклассифицировали следующим образом:

1. Символом добра и мерилom его в пословицах является Бог.

С Богом пойдешь - добрый путь найдешь.

2. Человеку, творящему добро, уготована Божья награда.

За добро Бог платилыщик.

3. Божье наказание грозит человеку, сотворившему зло:

Злому человеку не прибавит Бог веку.

4. Большая часть пословиц содержит прямой совет придерживаться добра и остерегаться зла:

Сей добро, посыпай добром, жени добро, одевай добром. К добру мостись, а от худого пяться (отпихивайся).

5. Советы, названные выше, основаны на убеждении людей о том, что добро вечно и помнится долго, а зло забывается и не имеет право на долгое существование.

Доброе дело на век. Добро не умирает, а зло пропадает.

6. Однако путь постижения добра труден и требует упорства, а зло творить легко.

Добра, что клада ищут, а худо под рукой. На злое дело всякого станется.

7. Среди перечисленных групп можно выделить ряд пословиц, убеждающих в том, что зло ведет к лишениям и потерям, а добро - к приобретениям и духовному росту.

За худо примись, а худо за тебя. Кто зла отлучится, тот ничего не боится.

8. Логически завершает то, что добро сильнее зла.

Доброе худо переможет не устоять худу против добра.

Характерно, что в русском языке есть пословицы, прямо противоречащие друг другу: Дей добро и жди добра. Не делай добра, не увидишь от них лиха.

Опросив около 100 человек методом анонимного анкетирования, мы пришли к следующим заключениям:

а) около 57 % респондентов (учителей и учеников) уверены, что за добро добром и платят, хотя 79 % полагает, что за добро наградит Бог.

б) около 56 % согласны с тем, что добрые дела быстро забываются, а злые долго помнятся.

в) только 5 % опрошенных считают возможным жить без добрых дел, 63 % все же верят в народную мудрость:

Доброму человеку - что день, то праздник.

На основе изученного материала, мы считаем возможным сделать основной вывод: пословицы содержат целый ряд морально-нравственных законов, способных регламентировать поведение людей и в наше время.

А.Кабаченко

Взаимоотношения мужа и жены

(на материале русских пословиц)

Проанализировав около 60 пословиц, посвященных взаимоотношениям мужа и жены, мы считаем возможным подразделить их на следующие классы:

1. Большую часть исследуемого материала занимают пословицы, содержащие указание на разграничение роли мужа и жены в семье. Муж - глава семьи, жена - духовное содержание. Муж-голова, жена-душа.

2. Актуальным было обращение к личным качествам супругов, необходимым в семейной жизни: От плохой жены состаришься, от хорошей помолодеешь. С доброй женой горе — полгоря, радость - вдвойне.

3. Зачастую супругов рассматривали как единое целое, как неразрывно связанное, порою обращаясь к сатире и юмору. Муж да жена одна сатана. Жена да муж - змея да уж.

4. Особую группу составляют пословицы, восхваляющие ум и рассудительность жены, но в то же время заставляющие мужа не раскрывать всех тайн жене: Подумаю с подушкой, а после спрошусь с женушкой. Лучше в утлой ладье по морю ездить, чем жене тайну поверить.

5. Некоторые пословицы содержат информацию о том, что на Руси принято было бить жену. Это своеобразное проявление любви считалось допустимым способом общения супругов: Люби жену, как душу, тряси ее, как грушу. Бей жену к обеду, а к ужину опять (без боя за стол не сядь).

Случалось, что инициатива переходила на сторону жены, и народная фантазия облекает этот факт в шутливо - ироничное замечание.

В старые годы бывало - мужья жен бивали, а ныне живет, что жена мужа бьет.

6. Поскольку сфера деятельности жены чаще всего ограничивалась домашними хлопотами, из которых самым важным оказывалось приготовление пищи, то и месть жены мужу была особенной:

Жены не послушаешь - в сухоматку покушаешь.

7. Однако любая женщина понимала, что муж - сила, оплот семьи, ее поддержка: За мужа завалюсь, никого не боюсь. За мужнину жену есть кому вступиться.

8. Ссоры, разногласия, рукоприкладства не являлись основополагающими законами общения мужа и жены. Это четко подчеркивают пословицы, содержащие мысль о ценности взаимоуважения, терпимости (толерантности) между супругами: Коли у мужа с женой лад, так не надобен и клад.

Пословицы содержат ценные сведения, характеризующие народные традиции общения и поведения в семье.

Проблемы общения в художественной литературе

Д.А. Чугунов

Отражение социальной психологии в речевом поведении персонажей

(И.С. Тургенев, "Дым")

Повести и романы И.С. Тургенева отличает постоянное внимание к нюансам вещей и событий. Его произведения можно рассматривать и как замечательные этюды социальной психологии. Тургенев, принадлежавший к среде крупных землевладельцев, происходивший из старинного дворянского рода, хорошо осознавал социальную ориентированность своих произведений. Уже в "Записках охотника" автор не только показывает различие материальных, общественных устремлений персонажей, но еще и наделяет каждый тип особым языком.

Романы Тургенева являют нам замечательное изображение социальных и общественных трансформаций в русской среде. Изменения в психологии различных классов и групп, процессы демократизации жизни и в то же время непрекращающейся борьбы "нового" со "старым" показаны писателем достаточно тонко, в том числе - и на языковом уровне, реализуемом в сценах общения персонажей.

Тургенев еще в "Отцах и детях" в моментах речевого общения персонажей показал ущемленную гордость демократических слоев общества, проявлявшую себя особенно резко в моменты соприкосновения их с представителями высших кругов.

Социальное неравенство предопределяет и "отпечаток какой-то враждебности" в отношении Ирины к Литвинову ("Дым"). Она обращалась с ним с известной "холодностью, с почти злорадным небрежением". Мы слышим также не только оскорбленные интонации Литвинова в момент его внутреннего прозрения, но так же и его внутренний монолог, наполненный "горьким внутренним хохотом".

Тургенев обращает внимание на интонации речи, особенности произношения, используя эти наблюдения в качестве характеристики персонажей. Автором подмечается в связи с этим и "географическая" неоднородность высшего общества.

Интересно, что и в целом роман "Дым" завершается показом неестественного "светского" общения - в салоне, где обсуждают характер Ирины, принято разговаривать необычайно тихо, неким мертвенным, курящимся точно ладан шепотом. В этом хорошо заметна сатирическая интенция автора.

Е.О.Гвоздикова

Общение в кургу французских символистов (*Вторники Стефана Малларме*)

Окололитературное общение во Франции второй половины XIX века было неразрывно связано с жизнью парижских кафе. Однако представлениям о поэзии как о субституте религиозного культа больше соответствовали вечера Стефана Малларме, которые он устраивал по вторникам в своей маленькой квартирке на Римской улице.

Столовая Малларме не имела ничего общего с буржуазными салонами. Скромный учитель английского языка, он не имел средств для проведения пышных приемов, и единственным угощением для гостей были ваза с табаком и грог.

Аскетизм подобных собраний подчеркивался и тем, что среди приглашенных не было женщин. По-монашески простая и лишенная фривольных настроений обстановка вторников Малларме рождала атмосферу религиозного служения поэзии и дистанцировала посвященных от буржуазного духа того времени.

Сходство с раннехристианскими общинами, подмеченное многими посетителями вечеров Малларме, было вызвано их закрытостью для людей, далеких от искусства, и небольшим количеством присутствующих. Маленькая столовая Малларме могла вместить не более восьми человек. В символистской среде посетители вторников Малларме получили даже особое наименование – "мардисты" (от фр. "mardi" – "вторник"), что еще больше сближало литературные собрания с религиозными. Среди "мардистов" были Г.Кан, К.Моклен, П.Верлен, Вилье де Лиль Адан, А.Жид, О.Уайльд и многие другие творцы нового искусства.

Если литература в представлении посетителей вторников была сродни культу, то его жрецом, без сомнения, являлся сам Малларме. Подобное распределение ролей - хозяин-жрец и адепты-гости - подчеркивалось монологическим характером общения. Говорил только он. Это была словесная импровизация на какую-либо актуальную для того времени или искусства тему, причем мастерство автора речи и ее сходство с мистификацией были так велики, что многим "мардистам" Учитель представлялся искусным фокусником .

Малларме сознательно творил спектакль, умело расставляя декорации и придирчиво подбирая зрителей. Отсутствие записей его высказываний подчеркивает их ценность как импровизации, устного выступления, рассчитанного на создание определенного впечатления. Он как Учитель во время этих собраний был призван не выдвигать литературные теории, а создавать у присутствующих некое творческое настроение, погружать своих преданных слушателей в состояние поэтического акта.

Наваль Мурад

Особенности общения персонажей в романе У.Фолкнера "Шум и ярость"

Роман У.Фолкнера "Шум и ярость" (1929) по праву считается одним из общепризнанных шедевров литературы XX в. Сразу же после публикации он привлек внимание и критики, и читателей необычностью формы, во многом связанной со своеобразной трактовкой пространственно-временных категорий и, главным образом, применением техники фиксации "потока сознания", когда автор, не вмешиваясь в действие романа, показывает внутренний мир человека с характерными для него чувствами и переживаниями, изломами души и иррациональностью.

Еще Ж.-П.Сартр очень точно подметил, что "Шум и ярость" прежде всего поражает "странностью повествования", в котором смешаны временные пласты, сдвинута последовательность событий, о которых говорится в романе, в котором, при наличии четырех рассказчиков история, по словам самого Фолкнера, никак "не рассказывалась" и требовала дополнительных разъяснений.

Мы же попытаемся понять, какие художественные возможности дает романисту использование приема техники "потока сознания" и какое значение для ощущения персонажей он имеет.

Напомним, что усложненность формы повествования произведения Фолкнера гармонично сочетается с классической простотой его композиционной структуры: роман состоит из четырех частей, в каждой из которых мир показан через призму восприятия трех братьев Компсонов (в первой, второй и третьей частях) и самого автора - в четвертой. Если рассматривать "Шум и ярость" как роман "потока сознания" (каковым он действительно и является), то необходимо отметить, что первые три части представляют собой три разных типа сознания: наивное, примитивное с полным отсутствием логически выстроенных мыслей сознание Бенджи, который, будучи немым от рождения, неспособен выразить свои чувства и переживания в слове, ибо его мышление осталось на уровне трехлетнего ребенка, хотя он уже взрослый человек; высоко интеллектуальное сознание Квентина, осложненное необходимостью соблюдения этических правил и принципов, и сугубо прагматическое сознание Джейсона, сконцентрированное на собственных материальных интересах.

Заметим, что четвертая часть романа, повествование в которой ведет автор, остается за рамками нашего исследования. Используя прием "множественности точек зрения" для того, чтобы читатель мог их сравнить и выработать свою - прием, эффективность которого доказали последующие произведения писателя, и, вводя в роман четырех рассказчиков, Фолкнер сначала дает слово Бенджи - человеку умственно неполноценному, неспособному даже к самым простым действиям. Общение с миром и людьми происходит у Бенджи на крайне низком психофизиологическом уровне: он выражает свое отношение к миру и людям в единственной доступной ему форме - с помощью плача, мычания и крика. Поэтому повествование в этой части в очень большой степени условно: романист привносит в поток сознания своего героя элементы логики, которыми не может обладать такой обделенный природой человек, как Бенджи. Его "монолог", насыщенный логически незавершенными, обрывистыми фразами без знаков препинания, представляет собой тщетные попытки общения с людьми, не понимающими трагедии его одиночества и тотальной отчужденности. Это ощущается уже в начале повествования, когда Бенджи на площадке для игры в гольф, услышав слово "кэдди" (так в США называют мальчика, подающего клюшки для гольфа), прерывает свой "монолог" громким плачем, ибо это слово вызвало у него ассоциации с любимой сестрой Кэдди, давно покинувшей родной дом. Он ждет поддержки и утешения, он хочет увидеть Кэдди. Однако его рыдания не получают отклика у мальчиков-слуг, присматривающих за ним. Общение, которого так жаждет измученная душа Бенджи, в данном случае, как, впрочем, и во многих других, не состоялось.

"Монолог" героя имеет еще одну особенность. Фолкнер включает в него услышанные этим персонажем разговоры братьев, сестры, родителей и слуг. Они, как правило, выражены в подчеркнуто коротких фразах, несущих сугубо конкретную информацию о том, кто что сказал, куда пошел, что сделал и т.п. В результате создается ситуация, когда общение других людей дано сквозь призму восприятия человека, к этому общению стремящегося, но из-за умственной ущербности навсегда обреченного быть от него отторгнутым.

Фиксируя "рассказ" Бенджи в технике "потока сознания", писатель строит его как цепочку картин, способных складываться в любой композиции: эти картины то более или менее подробны, то отрывочны, то даны на уровне ощущений, когда в памяти персонажа беспорядочно всплывают запахи и цвета, имеющие для него устойчивые ассоциативные связи. Так, Кэдди времени его детства всегда "пахла деревьями", а после ее грехопадения от нее уже "пахнет духами", и этот запах возмущает Бенджи. Он, выражая свое недовольство, как обычно, начинает громко рыдать и, понимая причину горя брата, чуткая Кэдди быстро смывает запах "греха", а общение с сестрой происходит на доступном Бенджи уровне.

Бенджи все время пытается "высказаться" и выразить себя, но ему это не под силу. Недаром лейтмотивом первой части романа являются его слова: *"я сказать хочу, ...я сказать хочу, но они уходят...смотрю вслед и хочу выговорить"*, *"хочу сказать и не могу..."*, *"а я сказать хочу"*. Эта потребность в общении не только с родственниками (Кэдди, к примеру, понимала его без

слов), но и с не знакомыми ему людьми, с одной стороны, и его немота, а, стало быть невозможность ощущения, - с другой, делают безумного Бенджи трагической фигурой, полностью отгороженной от мира.

Страдание, мука - ключевые слова в двух первых частях романа. Когда слово берет Квентин, студент Гарвардского университета, то читатель понимает, что его страдания, связанные с бегством сестры из дома и воспоминаниями о невозвратном счастливом, как ему представляется, прошлом его семьи, стали невыносимыми для него, и он действительно кончает жизнь самоубийством. Время действия "его" части - 2 июня 1910 г., тогда как действие остальных частей романа отнесены к трем апрельским дням 1928 г. Квентин обнажает свою истрадавшуюся душу, рассказывая о тех же эпизодах из жизни семьи, что и Бенджи, но делает это на ином уровне. Естественно, что поток сознания этого образованного человека с легко ранимой психикой коренным образом отличается от манеры повествования первой части произведения Фолкнера.

Когда Квентин относительно спокоен и способен хладнокровно мыслить, он осознает и мир, и свое существование в нем, и может более или менее хладнокровно относиться к событиям, происшедшим в семье Компсонов. И в такие моменты в его общении с университетскими знакомыми, однокурсником Шривом и его матерью, с хозяйкой хлебной лавки, в которую он случайно зашел, нет ничего необычного: его фразы грамматически верно оформлены и логически выстроены, т.к. он держит себя в руках и старается не говорить о душевной драме, которую переживает из-за Кэдди. Но в минуты отчаяния, когда болезненное воображение переносит его в прошлое, он то одержим жадной мшеницей за поруганную честь сестры, к которой питает не только братские чувства, то пытается взять на себя вину за ее "грех". В таких случаях писатель усложняет технику "потока сознания" перебивкой течения мыслей Квентина, использует обрывки фраз, как бы набегавших друг на друга, возникающих из глубин его души: *"Кэдди не за этого прохвоста не за этого Кэдди"*; или *"Так зачем тебе Слушай давай уедем ты Бенджи и я"*; или *"Отец к чему мне у Шрива Я продал дуг на право смерти в Гарварде Кэдди"*.

Как известно, вторая часть романа воспроизводит последний день жизни Квентина, когда он добровольно обрывает ее, бросившись в реку. Этот день дается как бы в двух измерениях (и этот факт верно подметил русский литературовед Н.Анастасьев): одно - это студенческий городок, общество, окрестности Кембриджа, и другое - память Квентина, неумолимо переносящая его в прошлое.

Здесь необходимо отметить интересную особенность: в первом измерении, т.е. в реально существующем мире Квентин невольно, а иногда и преднамеренно общается с людьми, но это общение осознается читателем как нечто очень условное и происходящее как бы независимо от его воли. Он слушает разговоры людей и даже сам принимает в них участие, но оно скорее чисто случайное, чем заинтересованное. Душой он не в Гарварде, а в прошлом, когда, как ему кажется, семья была благополучна, а Кэдди - невинна. Думается, что такого рода формальное общение еще больше акцентирует мысль об одиночестве Квентина и равнодушии мира к нему. Писатель

усиливает эту мысль, используя две вставные новеллы (характерный для Фолкнера прием) о ловле форели и об итальянской девочке.

В первой рассказывается о том, как, по-видимому, уже продумавший все свои действия перед самоубийством Квентин идет вдоль Чарльз-ривер и размышляет о том, что со временем вода размоет все растения и предметы, находящиеся в реке, в том числе человеческие тела. Он видит трех мальчиков, занимающихся ловлей форели. Перед тем, как вступить с ними в общение, он прячет под мостом тяжелые предметы, которые ему понадобятся для реализации своей страшной цели. Разговор заходит об огромной форели, местной достопримечательности, которую вот уже двадцать пять лет не могут поймать рыболовы, о спиннингах, о разных деталях рыбалки. Кажется, что ничем особенно не примечательный разговор Квентина с мальчишками не должен затронуть его душевных струн, но это не совсем так. В общении этих людей речь большей частью идет об огромной рыбине, уединенно обитающей на дне реки. И у Квентина после того, как он пожелал мальчикам удачи, но попросил не трогать старую форель, возникает воспоминание о замужестве Кэдди и его последствиях, и проводится параллель между одиноко существующей форелью и Кэдди, лишенной возможности общения с семьей.

В новелле об итальянской девочке показана самая последняя попытка Квентина найти точку соприкосновения с миром в процессе общения с девочкой. "Замурзанную" малышку из семьи итальянских эмигрантов Квентин случайно увидел в хлебной лавке. Понимая, что она голодна, он купил ей булочку, потом отдал ей свой хлебец и попытался завести с ней разговор. Но общение с ней оказалось для Квентина невозможным: все время молчавшая девочка не понимала по-английски. Более того, благородные побуждения Квентина накормить девочку и дать ей немного денег были превратно истолкованы ее родственниками. Квентин оказался в полицейском участке, и только вмешательство Шрива спасло его от больших неприятностей.

Как подчеркивает романист, Квентин осознает, что в общении между ним и миром стоит непреодолимый барьер, и все глубже погружается в другое измерение - память. Он мысленно воспроизводит многие эпизоды из прошлого, и давно прошедшее, а не настоящее, как это ни парадоксально, представляется ему не эфемерной, а зримой реальностью.

В потоке его сознания автор романа выделяет наиболее значительные для Квентина моменты: разговоры с отцом о времени и тщетности человеческих усилий вступить с ним в единоборство и победить; общение с Кэдди и в детстве, и в юности. Из диалогов брата и сестры, всплывающих в его памяти, ясно, что он никогда полностью не понимал ни способную на любовь и самопожертвование израненную душу Кэдди, ни ее страданий в коротком замужестве, потому что был слишком далек от реальной жизни и потому, что всегда хотел жить только прошлым. Однако жизнь, как известно, не может замедлить своего движения, и это усиливало чувство обреченности у Квентина, давало ему, по верному выражению А.Зверева, "ощущение травмированности", от которого он никогда не мог избавиться. И в потоке его сознания на уровне памяти тема смерти как единственного прибежища от страданий земной участи человека становится доминирующей, а попытки

общения как возможности выражения взаимопонимания, сострадания и любви, теряют всякий смысл.

Повествование в третьей части романа ведется от лица Джейсона, и так же, как и в двух предыдущих частях, представлено как поток его сознания, в котором события, о которых он рассказывает, осмыслиются им как самые обычные и банальные, не имеющие для него особого значения и оставляющие его равнодушным. Ограниченный и предельно рационалистический ум Джейсона не способен к глубоким размышлениям, а сложные философские рассуждения, как у Квентина - не его стихия. Цель его жизни - обогащение. Его длинный монолог с самим собой и диалоги с родными написаны примитивно, а иногда и просто грубо. В общении с матерью он еще способен сдерживать свои истинные чувства, стараясь не употреблять просторечных выражений и жаргонных словечек, к которым привык, но в разговорах с Кэдди, Квентином, Дилси и наедине с собой он не стесняется в выражениях. Так, свою сестру он называет шлюхой, не видя за ее распутством отчаяния и мук брошенной любимым человеком женщины, племянницу Квентину - потаскушкой, а верную старую служанку Дилси - полудохлой негритянкой.

Он готов в любую минуту отдать Бенджи в сумасшедший дом (что, кстати, он и делает, и об этом читатель узнает из "Приложения" к "Шуму и ярости"). Он считает, что Квентин напрасно был послан учиться в университет, т.к. из-за этого продали луг, прилегавший к дому, и потеряли деньги. Но ко всему этому Джейсон остался бы равнодушным, если бы из-за поведения Кэдди и самоубийства Квентина он не лишился бы места служащего в банке. Именно этот факт терзает его, и в общении с близкими он становится все более наглым и нетерпимым. Ему кажется, что все виноваты в его нынешнем положении приказчика в магазине, и свое недовольство вымещает на близких, не забывая, однако, о своей выгоде. Он способен извлечь деньги даже из материнских чувств Кэдди к Квентине. За пятьдесят долларов он разрешает сестре увидеть дочь, при этом обманывая ее.

Общение брата, сестры и Квентины в этом эпизоде романа даны глазами Джейсона, что, безусловно, накладывает особый отпечаток на повествование. Общение между матерью и дочерью не состоялось, да оно и не было предусмотрено Джейсоном: схватив Квентину на руки и сев с ней в коляску, он приказывает кучеру гнать лошадей как можно быстрее и, поднеся девочку к окну, он кричит Кэдди, чтобы она как можно скорее уезжала из этих мест. Несчастная Кэдди долго бежит за коляской, но побыть с дочкой ей так и не позволяют. Настроение у Джейсона все-таки несколько поднимается к вечеру. Будучи человеком практичным, пересчитав деньги, полученные от сестры, он приходит в хорошее расположение духа.

Этой сцене предшествует описание собственно сделки Джейсона с Кэдди. Общение персонажей по этому поводу имеет место на кладбище после похорон их отца, недалеко от могилы Квентина. Само место общения усиливает атмосферу напряженности. Общение Джейсона и Кэдди происходит на повышенных тонах; условия диктует Джейсон и порой кричит на сестру, а та умоляет его разрешить ей взглянуть на дочь. Как и в большинстве случаев,

здесь Фолкнер вкладывает в уста Джейсона резкие, короткие фразы, в которых он обычно выражает свое отношение к домашним, а также обвиняет родных по различным поводам.

Следует отметить, что жестокость и равнодушие к людям обнажаются у Джейсона не только в общении с членами семьи, но и со слугами. Он буквально издевается над маленьким негритенком Ластером, мечтающем о представлении заезжих циркачей, но не имеющем денег на билет. У Джейсона есть две контрамарки, а сам он к цирку равнодушен, но даром билет не дает, требуя за него пять центов, которых у мальчика, естественно, нет. Общение Джейсона, Ластера и Дилси по этому поводу выявляет садистские наклонности Джейсона, сжигающего контрамарки на глазах плачущего негритенка. Звучащие рефреном слова о том, что билет будет продан только за пятак, нагнетают напряженность в общении этих персонажей.

В третьей части романа, может быть, более выпукло, чем в двух первых, во время общения Джейсона с другими героями книги выявляется сущность его характера: равнодушие к близким, жестокость, стремление к накопительству, холодность натуры, которую невозможно растрогать, полное отсутствие сентиментальности и таких естественных человеческих чувств, как жалость, способность к состраданию, мужество. Писатель, рисуя образ Джейсона, подчеркивает неоправданность холодного расчета, который ощущается во всех его действиях, в том числе и в общении с людьми. Тем не менее, Джейсон - единственный из братьев Компсонов, которому суждено выжить. Это становится возможным из-за того, что он абсолютно лишен порядочности, совести и чести - качеств, когда-то высоко ценившихся на старом Юге США. Во многом схематизированный поток сознания этого персонажа своей рациональностью как бы уравнивает "выплеснутые" на страницы романа душераздирающий вопль Бенджи и отчаяние и ужас перед жизнью Квентина, а общение Джейсона с людьми и миром происходит на более нейтральном, качественно ином уровне, чем общение его братьев.

Таким образом, из выше сказанного можно сделать вывод о том, что общение персонажей в романе Фолкнера "Шум и ярость" достаточно своеобразно. Использование приема "потока сознания" дает возможность писателю запечатлеть процесс общения персонажей как бы на двух уровнях (в реальности и в сознании) и в разных временных пластах. С одной стороны, иногда общение имеет место в настоящем времени, в момент повествования (так показаны почти все эпизоды общения, о которых рассказывает Джейсон, за исключением моментов, когда Фолкнер запечатлевает его воспоминания о встрече и разговоре с Кэдди), а с другой - временные пласты сдвигаются и смешиваются в первой и второй частях романа, когда повествование ведут Бенджи и Квентин.

Бенджи вообще не может определить, когда он общался с Кэдди или с братьями, а общение Квентина с людьми происходит и в последний день его жизни, который воспринимается им как нечто нереальное, и в прошлом, которое для него более осязаемо и реально. Так создается необычная ситуация, когда общение персонажей изображается не в авторском повествовании, а с

помощью фиксации потока сознания, отчего оно приобретает крайне субъективный характер.

О.В.Тихонова

Специфика общения поляков и датчан в романах И. Хмелевской «Всё красное» и «Лесь»

Большинство романов современной польской писательницы Иоанны Хмелевской, жанр которых часто определяют как иронический детектив, имеют обширную географию. Главные герои в них - её соотечественники, при этом для автора они – репрезентанты всего польского, и эти польские качества проявляются особенно ярко в столкновениях с «чужими», особенно «западными» условиями и представлениями.

Наиболее тесно в произведениях Хмелевской поляки связаны с Данией, а сопоставление всего польского и датского создаёт комический эффект и одновременно заостряет детективную ситуацию. Особо интересны в этом смысле известные романы 1970-х гг. «Всё красное» и «Лесь». В первом обыгрывается ситуация «поляки в Дании», во втором датчанин попадает в компанию поляков и втягивается ими в необычные приключения.

И. Хмелевская сталкивает не просто разные национальные характеры и условия. Для неё противоположность польского и датского является реализацией антитезы *«восточное – западное»* (социалистическое – капиталистическое). Но автора интересует не политический аспект, а контраст менталитетов, порождённый как общественными различиями, так и особенностями *славянского и германского* типов сознания вообще. Важнейшую роль здесь играет неподражаемые ирония и самоирония Хмелевской, составляющие основу её стиля в целом.

Первой естественной реакцией при столкновении различного в обоих романах становится *ситуация «непонимания»*. Проявляется она прежде всего на лингвистическом уровне – в чрезвычайно смешных диалогах, построенных на «языковых играх» Этим в первую очередь достигается комический эффект. Но языковые преграды (как границы и политика) весьма условны. На более серьёзном уровне общения поляки и датчане вполне могут достичь взаимопонимания. Оно возникает и без знания языка, и в случае неузнаваемой его деформации.

«Языковой барьер» преодолевается при обоюдном желании понять друг друга, особенно в критических ситуациях. «Барьер менталитетов» преодолеть практически невозможно, но возможно сгладить острые углы, научившись отталкиваться от привычного и понятного и попытавшись осознать и принять «другое». Следуя этим принципам, герои Хмелевской постепенно привыкают к логике противоречий и уже не обращают внимания на различия. Возникает второй уровень общения – *«ситуация адаптации»*. Но это не означает «снятия» антитезы. Именно специфика национального характера и поведения (богатая фантазия и безалаберность у поляков, логика и методичность у датчан), комические парадоксы их общения стимулируют движение

приключенческого сюжета и остроту интриги, причём, тон в этом общении задаёт польская сторона, с которой подчёркнуто соотносит себя сам автор.

Г.Ю.Шишкина

Общение в советском обществе в восприятии современного французского писателя (по роману А.Макина «Французское завешание»)

Андрей Макин (род. в 1957 г. в России) с 1987 г. живет во Франции. Лишь при издании «Французского завешания», своего четвертого романа, автор признался, что пишет по-французски. Три предыдущих романа он выдавал за переводы с русского. «Французское завешание» удостоено двух самых престижных литературных премий Франции за 1995 год: Медичи и Гонкуровской; а также премии «лицейского Гонкура», назначаемой студентам. Успех романа, возможно, отчасти объясняется необычным взглядом на действительность. Советское общество 60-х годов увидено глазами человека, выросшего в нем, но воспроизводящего его с позиций другой культуры.

Органичной частью картины советского общества является показ того, где, как и о чем общаются люди. А. Макин убедительно изображает разные, специфически советские типы общения: откровенные разговоры на кухне, ругань в очередях, абсурдное общение с бюрократией.

Особое место в романе занимает общение героя с бабушкой. Шарлотта, француженка по происхождению, долгие десятилетия живет в провинциальных городах России. Она во многом следует традициям русской культуры. С полным знанием дела общается Шарлотта и с деревенской молочницей, и с пьяным инвалидом, и с дворовыми кумушками. Она свободно говорит с непохожими на нее людьми, ее голос окрашивается простонародным акцентом, «очень русской интонацией».

Отличие француженки ярко проявляется в разговорах с внуками. В основном, говорит Шарлотта, а внуки слушают. Сама ситуация общения бабушки с внуками типична для русской бытовой культуры. Однако специфика ситуации, изображенной в романе, заключается в том, что бабушка говорит с внуками по-французски, и их общение носит небытовой характер. Шарлотта рассказывает о Франции периода бэль-эпок, о великих французских деятелях, читает французские стихи.

Таким образом, среди типично советского общения, в чуждой среде, сохраняется иноязычная культура. Этот факт характеризует силу духа бабушки и среду, которая при всем своем уродстве не загубила ее.

Речевые контакты и психологическая разобщенность персонажей в рассказе Джеймса Джойса «Мертвые»

В сборнике рассказов «Дублинцы» Д. Джойс выразил отношение к трагической судьбе своей страны, представление об ирландской действительности как воплощении застоя и духовного паралича.

Наиболее ярким является завершающий сборник, самый большой по объему рассказ «Мертвые». В нем описывается праздничный вечер в канун Нового года, который ежегодно устаивают трое немолодых женщин для своих родственников и друзей.

Среди персонажей выделяется племянник хозяек Габриэль Конрой, который является главным гостем и изображается автором в наиболее широких контактах с остальными участниками действия. Сам выбор ситуации предполагает тесное общение персонажей: встреча гостей и хозяек на пороге дома, танцы, музицирование, праздничный обед. Все это определяет необходимое обращение писателя к диалогу, развернутым речевым контактам или краткому изображению реплик.

Особенностью мастерства Джойса является то, что он умеет показать за внешней обыденностью человеческих контактов, диалогов, бытовых коллизий не просто сложность человеческих отношений, но и конкретную духовную атмосферу жизни во всей стране, находящейся в состоянии всеобщего разлада. Это достигается разными способами.

В рассказе «Мертвые» видимой живости, непосредственности диалогов персонажей противопоставляется их фактическая психологическая разобщенность. Она нередко обусловлена разным отношением героев к судьбе Ирландии, что отражается как в открытом диалоге (Конрой и мисс Айворз), так и, чаще всего, в подтексте (обмен высказываниями между Конроем, Гретой и тетюшками). Психологическая разобщенность выражается во внезапном обрыве разговоров, вызванном тем, что персонажи не понимают друг друга. Так Конрой часто осознает, что его вопросы и реплики дисгармонируют с душевными устремлениями другого участника диалога (его разговор с Лили).

Изображая Габриэля центральным персонажем, автор сосредоточивает внимание на том, как обрывающиеся, не доведенные до конца диалоги превращаются в его сознании в диалог с самим собой, попытку найти ответ на возникшие в подтексте вопросы.

Диалог в художественной публицистике Грина

Грэм Грин, крупнейший представитель английской литературы XX века, интересен не только как романист, но и как автор целого ряда художественно-публицистических произведений. Среди них - автобиографическая диалогия («Часть жизни» (1971), «Пути спасения» (1980)) и книги, написанные на основе впечатлений от путешествий по Африке и Латинской Америке («Путешествие без карты» (1936), «Дороги беззакония» (1938), «В поисках героя» (1961)).

Публицистическому стилю близки интонации, строй и функции ораторской, а значит - монологической речи. Однако Грин прибегает и к диалогу в его различных проявлениях. Во-первых, налицо самая очевидная форма - аудиовизуальный диалог, когда два собеседника видят и слышат друг друга, общение проходит в реальном времени и пространстве, сопровождается мимикой и жестами, - она встречается во всех публицистических произведениях Грина; оппоненты или единомышленники вводятся для углубления авторской мысли («Знакомство с генералом, или Как чужая боль стала моей» (1981), «Часть жизни», «Пути спасения»). Кроме того, полемика, которая неизменно возникает в прямом общении, позволяет автору использовать диалог как художественное средство для раскрытия образа героя очерка или самой ситуации.

С той же целью используется и разновидность аудиовизуального диалога - мысленное общение с собеседником. Такая форма наиболее характерна для автобиографических книг («Часть жизни» и «Пути спасения»). Грин вспоминает разговоры с отцом, с братом, с объектом своей юношеской влюбленности. Обращает на себя внимание и форма внутреннего диалога - вопросы, которые автор задает самому себе («Путешествие без карты», «Дороги беззакония», «Часть жизни»).

И, наконец, налицо высшая ступень диалога, при которой сама структура диалога (чередование кратких высказываний) снимается. С. Вайман называет такую форму «инодиалогом». Нет реплик, обращенных друг к другу, нет никаких преднамеренных установок на партнера и его речевой отклик. В диалогические отношения вступают слова, фразы в пределах одного контекста. В заочную полемику вовлекаются и читатели, как носители разных мировоззренческих позиций. Результатом полемики, реализованной в разных формах диалога, становится осмысление объективной общественно-политической истины, «сути дела», к которому и стремился Грэм Грин.

Диалог как средство раскрытия авторской позиции в романе Р.Олдингтона «Сущий рай»

30-е годы XX века, получившие название «бурных», «красных», «политической декады», - время небывалой политической и идеологической активности в Великобритании. Английское общество будоражили идеи социализма, проблемы цивилизации и переустройства общества, наследия прошлого и перспективы будущего, места человека в меняющемся мире. Эта атмосфера «излишнего теоретизирования» (по определению Э.М.Форстера) получила своеобразное отражение в романе Р. Олдингтона (1892-1962) «Сущий рай» (1937).

Наряду с ярко выраженной социально-бытовой, социально-психологической проблематикой в романе не последнее место занимают идейные искания главного героя. Крис Хейлин изображен «теоретизирующим» героем, который постоянно стремится донести свои взгляды до окружающих. Это предполагает философскую, социальную и политическую насыщенность диалогов. Однако она до конца не реализуется, поскольку все попытки Криса вести «интеллектуальный» разговор наталкиваются на равнодушие (родители), непонимание (Гвен Мильфес, хозяйка пивной), откровенную враждебность (Риплсмир, Чепстон) окружающих. В результате диалог предстает как «разговор двух глухих», либо собеседник отделяется формальными репликами, не вдумываясь в содержание, либо раздраженный его радикальными заявлениями проникает к нему неприязнью, ведущей к разрыву отношений.

Подобное изображение речевых контактов Криса с окружающими служит раскрытию авторского отношения к герою. С одной стороны, очевидна симпатия к нему автора, который разделяет многие взгляды Криса, но с другой стороны, налицо и авторская ирония по отношению к герою, жаждущему с помощью априорно разработанной «теории» переделать общество.

М.Н.Недосейкин

Феномен «площадной» речи в художественном мире Л.-Ф.Селина

В научной литературе, посвященной творчеству французского писателя двадцатого века Луи-Фердинана Селина, вопрос о широком использовании им в своих книгах разговорной, повседневной речи давно находится в центре пристального внимания литературоведов. Сам тот факт, что Селин придал какой-то особый ценностный статус «площадной» речи, ни у кого не вызывает

сомнений. Однако до сих пор это явление во французской литературе получает диаметрально противоположные оценки.

Одни ученые (Б.Лаланд, Ф. Виту и др.) считают, что отношение Селина к феномену «площадной» речи было сугубо отрицательным. Именно поэтому немногочисленные селиновские положительные персонажи так или иначе связаны с темой молчания.

Другие ученые (А.Годар, А.Шесно и др.) акцентируют внимание на открытом характере языка произведений писателя, в котором нет места некоммуникабельности и где речь являет собой прямой путь к истинам человеческого бытия.

Оба подхода основываются на объективных фактах и не предполагают какого-либо исследовательского произвола.

В этой ситуации, думается, будет вполне уместно предположить, что вышеприведенные интерпретации не исключают друг друга, а наоборот, состоят в отношении дополнительности. В творчестве Селина присутствуют оба подхода к феномену «площадной» речи, что ясно свидетельствует об амбивалентности как самого описываемого явления, так и о природе писательского отношения к нему.

Речь, по мнению Селина, наиболее ярко и недвусмысленно отражает сложность и противоречивость человеческой жизни, той самой жизни, которая в той или иной степени вытеснялась со страниц французской литературы. Столь масштабное использование писателем повседневной разговорной речи позволяло ему ввести представление о полноте и бесконечности жизни, о жизни, которая включает в себя все, даже собственное отрицание. Именно поэтому высшей, наиболее важной и необходимой формой «площадной» речи у Селина оказывается молчание, открывающее путь не только к истине речи, но и к универсальным законам человеческого существования.

Е.В.Васильева

Особенности диалога в романах Г.К.Честертона

Многие современники известного английского писателя Г.К.Честертона (1874-1936), среди них Х.Беллок, Б.Шоу, а также исследователи его творчества отмечали поразительную способность английского писателя к созданию живых, динамичных диалогов, в которых проявляется в полную силу конфликт произведений и раскрывается сущность героев.

Диалоги в романах Честертона чаще всего имеют характер спора, дискуссии, в которых поднимаются такие важные вопросы, как смысл бытия, место человека в мире, необходимость веры, возможность чуда. Высказывания героя, его речь становятся не столько приемом индивидуализации, характеристики персонажа, сколько дают представление о теории или идее, которая воплощается в образе героя.

Диалоги в честертоновских произведениях не являются развернутым, последовательным обсуждением какой-либо проблемы, идеи, концепции, доказательством истинности той или иной теории. Это скорее заявление проблемы, ее обозначение, разговор «скорописью» (выражение одного из героев).

Автор подразумевает осведомленность читателя в данных вопросах. Честертон предполагает, что ключевые образы, слова, имена, идеологические клише вызовут в воспринимающем сознании культурологический и идеологический контекст. В своих дискуссиях герои, играя понятиями, образами и словами, обнаруживают разные аспекты изображаемых идей и концепций, выявляют их слабые места.

Основными аргументами в спорах героев романов, да и в дискуссиях самого писателя являются не логические понятия и умозаключения, а яркие выразительные образы, которые становятся своеобразными иллюстрациями идей и теорий. Так в романе «Шар и крест» профессор Л., защитник логики и целесообразности, и отец Михаил, проповедник христианской веры, используют образы шара и креста в качестве символических аргументов своих убеждений.

Диалоги Макиэна и Тернбулла, призванные раскрыть их мировоззренческие позиции, часто напоминают игру, в которую включаются слова, понятия, образы. Сомнение скептика Тернбулла в существовании общих естественных законов Макиэн использует как аргумент в свою пользу.

Этот диалог, который как будто ничем не заканчивается, тем не менее очень показателен. Сама структура, логика спора выражает одну из ведущих честертоновских идей: чтобы найти объяснение миру и путь к его улучшению надо иметь твердую позицию, систему взглядов, а не ограничиваться скептицизмом и отрицанием.

А.Э.Воротникова

Голоса и их роль в романе Кристи Вольф «МЕДЕЯ»

Обращение немецкой писательницы Кристи Вольф к мифу, уже имевшее место в романе «Кассандра» (1983), повторяется также в более позднем произведении «Медея» (1996). Принципиально новым, по сравнению с «Кассандрой», написанной в форме внутреннего монолога главной героини, в «Медее» является использование принципа полилога, что по-своему выражает идейный замысел художницы.

Повествование романа складывается из одиннадцати монологов, принадлежащих шести разным героям. Отсутствие в «Медее» некой высшей оценочной инстанции позволяет говорить о равенстве всех голосов, звучащих в романе. Наряду с персонажами произведения право на участие в скрытой «дискуссии» о судьбе Медее дается также древним философам и писателям, которые много столетий назад предложили свое толкование мифа. Монологам вольфовских героев предшествуют в качестве эпиграфов цитаты из Еврипида, Сенеки и Платона. В спор о Медее включаются также современники К.Вольф

– Р.Жирар, И.Бахман, Д.Кампер. В результате одна и та же история озвучивается разными людьми с разных временных и мировоззренческих перспектив, роман приобретает вид «ткани» (поэтологический термин К.Вольф), существующей благодаря неразрывному переплетению всех нитей.

Применяя подобное построение романа, его создательница преследует своей целью доискаться правды о пресловутой детоубийце Медее. Писательницу мучит вопрос о том, действительно ли колхидская царевна была повинна в кровавом преступлении, приписываемом ей многовековой традицией. При этом история Медеи подается автором не как установленный факт, но как незавершенное событие, разворачивающееся перед глазами читателя, который также чувствует себя участником романного «расследования».

Открыто заявленная структура произведения, призванная запечатлеть процесс правдоискательства, в действительности мало способствует обнаружению истины. Мотив слабости человеческой памяти и ненадежности непосредственного восприятия отчетливо звучит во всех монологах романа. Сомнение в правильности воспоминаний неотступно преследует вольфовских персонажей и в конце концов берет верх. Реальность, сотканная из разрозненных впечатлений, неподтвержденных слухов, неясных ощущений и личных размышлений, вбирает черты все того же мифа, против которого она должна была бы восстать. Попытка выдвинуть обоснованную версию судьбы Медеи терпит крах.

Вместе с тем Криста Вольф не отрицает полностью возможности познания действительности. В произведении наблюдаются такие повествовательные элементы, которые делают один вариант мифа о Медее более убедительным, чем другой. Реальность рождается в точке пересечения разных дискурсивных плоскостей, в которых повторяется уже получившая выражение в предыдущих главах точка зрения на события. Более громким звучанием, по сравнению с другими голосами, наделяется голос Медеи, которой принадлежат целых четыре монолога.

Повторяемость версий мифа и количественное доминирование варианта Медеи лишь подтверждают общий вывод немецкой романистки о том, что правда и факт существуют, главным образом, как феномены дискурса. Так, осуществляя ревизию древнего мифа о Медее, Криста Вольф творит свой собственный миф о человеческом языке, подменяющем собой непосредственно данную действительность.

Мастерская педагога

Е. Э. Пастухова

Развитие устной речевой деятельности как общепедагогическая проблема

Роль устной речевой деятельности в педагогическом процессе очень велика. Благодаря речи человек приобретает, усваивает, и передаёт знания. Речь – средство воздействия на сознание, выработки мировоззрения, норм поведения, формирования вкусов. В целом речь имеет основополагающее значение в становлении человеческой личности (1, с.3.)

Кроме того, в наше время устная речь «не только перегнала письменную по возможностям фактического распространения, но и приобрела перед ней важное преимущество – моментальность передачи информации...» (Костомаров В.Г.). Однако, несмотря на вышесказанное, в современной школьной практике фактически нет времени на организацию и отработку с учащимися практических действий по овладению речью как реальной деятельностью (2, с.5.) Вместе с тем, можно с полным основанием утверждать, утверждать, что развитие устной речевой деятельности является общепедагогической проблемой, которая требует своего скорейшего разрешения. Какое решение данной проблемы можно предложить?

Проблема формирования речевой деятельности должна рассматриваться в единой системе: психология речи, педагогические средства её формирования у детей и практическая методика обучения (и самообучения) речевому мастерству.

Несмотря на органическую связь между устной и письменной речью, устная речь имеет ряд существенных отличий, следовательно, методы её развития должны отличаться от методов развития письменной речи. Это означает, что необходимо создать методику развития устной речевой деятельности учащегося. Такая работа ведётся: в программах школ, лицеев, гимназий появляются такие дисциплины, как культура общения и риторика, где предметом обучения является именно устная речь. Формы организации уроков, методы, используемые учителями, направлены на развитие устных речевых умений и навыков.

Очень важно, чтобы внимание к русской речи учащихся не было заботой только учителей-филологов – это должно стать общешкольной политикой.

Развитие устной речи учащихся нужно начинать с развития речи учителя, ведь именно культура речи учителя, наличие у его развитых коммуникативных умений и навыков являются слагаемыми культуры педагогического общения и являются для учащихся образцом подражания.

1. Ладыженская Т. А. Живое слово: Устная речь как средство и предмет обучения. – М.: Просвещение, 1986. – 127с.

2. Бадмаев Б. Ц., Малышев А. А. Психология обучения речевому мастерству. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1999. – 224 с.

Н.И. Бойченко

Комплексное формирование умений и навыков культуры общения у младших школьников

1998 года в региональном базисном плане в нашей школе (ШС(П)ОО №74 Железнодорожного района) введен урок культуры общения по программе И.А. Стернина. Но для формирования навыков культуры общения одних специализированных уроков недостаточно, поэтому эту работу я продолжаю на уроках чтения и русского языка. Большую помощь оказала мне программа Л.Ф. Климановой и Л.Я. Желтовской по обучению грамоте и русскому языку, где значительная часть материала посвящена культуре общения.

Обучение по комплексу пособий Л.Ф. Климановой “Азбука первоклассника” вводит детей в мир общения, знакомит с основами этикета, закладывает основы нового стиля обучения - обучения через диалог и общение. Дети знакомятся с учителем и друг с другом, объясняют правила поведения в классе и на перемене, повторяют вежливые слова при приветствии, прощании, просьбе.

В этом учебнике имеются и специальные уроки культуры общения: “Мы в театре”, “Моя семья”, “Мы хорошие друзья”. Несколько уроков посвящены невербальным средствам общения - мимике, жестам, позе. Проводя такие уроки чтения, использую материал, который изучается и на уроках культуры общения. На уроках культуры общения в первом классе использую материал из пособия по речевому этикету “Школа вежливости” Л.Ф. Климановой. Пособие красочно оформлено, материал излагается в занимательной форме, имеет образцы написания слов, которые используются при приветствии, прощании, поздравлении.

В результате сложилась традиционная схема дополняющих друг друга уроков чтения и культуры общения. Уроки культуры общения, чтения и русского языка проводятся в единстве, приобретают общую направленность на формирования коммуникативной грамотности ребенка.

В начале уроков я использую такие виды работ:

- упражнения для развития диафрагмально-реберного дыхания (“Выдох со счетом”, “Цветочный магазин”, “Егорка”...);
- артикуляционная гимнастика (гимнастика для речевого аппарата, произнесение отдельных звуков и звуко сочетаний, работа над скороговорками);
- работа над интонацией (сила голоса, логическое ударение, паузы, темп и ритм).

Помогает в формировании навыков культуры общения учебник “Слово” Л.Я. Желтовской. Так, например, в разделе “О даре слова” я говорю с детьми о даре речи как средстве общения, об основной коммуникативной роли языка и разных формах речевого общения.

На уроках по теме “Чтобы тебя хорошо понимали” ввожу упражнения, помогающие устранить причины невнятности произношения. Это проговаривание чистоговорок, скороговорок, чтение маленьких диалогов.

На уроках “Ласковое слово, что солнышко”, “Словно реченька журчит...” ведем разговор об особенностях устной речи и культуре общения, а повторение правил письма в условиях письменного общения провожу на уроке “Здравствуй, дорогая...”. Само название “Проходите, гости дорогие” напоминает о доминирующей этикетной задаче уроков.

Таким образом, сложилась система работы по формированию коммуникативной культуры учащихся, которая осуществляется не только на уроках культуры общения, но и на уроках чтения и русского языка. В результате происходит более глубокое усвоение знаний учащимися, развиваются умения и навыки общения друг с другом. Дети стали более раскованными, внимательными друг к другу, развиваются в процессе общения и их нравственные качества.

И.В.Юменская

Уроки риторики как форма развития творческих способностей учащихся

Идея гуманистической педагогики заключается в признании потенциальной одаренности каждого ребенка. Уроки риторики подтверждают эту идею. Если научить ребенка владеть своим словом, правильно выражать свои мысли и уметь слушать других, то все творческие способности, литературные дарования, артистические, художественные, интеллектуальные способности, этические и эстетические позиции будут эффективно развиваться в совокупности.

Но какая школьная дисциплина возьмется за выполнение этой задачи? Ответом послужил опыт тысячелетий. Так постепенно в школу возвращается риторика.

Лишь у немногих детей языковая одаренность лежит на поверхности. У большинства ее нужно обнаружить и развить, позволяя ребенку самому творить и овладевать речевым мастерством.

На первых порах изучения риторики не стоит ждать высоких результатов от каждого, но необходимо, ориентируясь на принцип педагогического оптимизма, отмечать даже самые маленькие успехи учащихся. Так у нас родилась идея создания поурочной газеты, куда вносится любая интересная языковая находка ученика - неординарная мысль, творческое решение проблемы. Это значит, что в газете присутствуют не только работы

отличников. При этом у нас нет строгих оценок неудавшихся творческих опытов.

Не менее важно для формирования творческой активности учащихся отношение коллектива в целом к тому, кто выступает с речью или докладом. Чтобы достичь смелого рассуждения ребенка на уроке, раскрыть его актерские способности, необходимо любое выступление сопровождать определенной декорацией, чтобы зрители поняли и оценили всю скрупулезную подготовку выступления.

Постепенно у ученика формируется верное представление о том, что он человек творческий и талантливый, что учитель и одноклассники рады общению с ним. Групповые занятия наиболее эффективны, должен быть задействован весь класс.

Другими формами развития творческих способностей детей на уроках риторики являются работа по карточкам-резюме, работа с литературными афоризмами, индивидуальные задания наиболее подготовленным учащимся, работа с магнитофонными записями, сделанными во время уроков (ее осуществляет «заведующий звуковой лабораторией»), дебаты.

Древнегреческое слово *школа* означало умная беседа, римская школа дословно переводится как *лестница*. Учиться – значит совершать восхождение. На уроках риторики такое восхождение доступно каждому.

М.Н.Черкасова

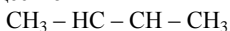
Проблемы формирования речевых навыков на уроках химии

Как и любой другой предмет, обучение химии подразумевает формирование не только специальных навыков и умений, но и воспитание у учащихся правильной культуры речи, умения грамотно и четко излагать свои мысли, способности сравнивать, анализировать, обобщать, описывать наблюдения и делать выводы.

На первых этапах обучения каждый учитель сталкивается с проблемой терминологии. По сути, учителя химии за короткие сроки должны обучить учащихся владению новым «иностранным языком» - языком химических формул. Мы не только заучиваем химические символы элементов, их русские и латинские названия, но учим прочитывать эти знаки, входящие в формулы, учим называть вещества, да еще и объяснять химический смысл записи.

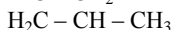
Так, символ железа «Fe» («феррум»), серы – «S» (читается «эс», а звучит по латыни «сульфогениум»), кислорода – «O» (читается «О», «оксилгениум»). Формула одного из соединений этих элементов «FeSO₄» («феррум-эс-о-четыре»). При рассуждениях учащиеся часто подменяют слова «железо» и «феррум», понятия «формула» и «вещество», «формула» и «уравнение». Приходится проделывать больше число упражнений, прежде чем удастся добиться разграничения этих понятий в речи учащихся.

Еще труднее научить называть органические соединения по правилам ИУПАК (ЮПАК). В настоящее время мы используем в 10-х классах учебник Г.Е. Рудзитиса и Ф.Г. Фельдмана, в котором приводятся названия веществ, не отвечающие этим правилам, хотя на стр. 14-15 оговаривается необходимость и приводятся правила использования международной терминологии, позволяющей по названию определять строение вещества и принадлежность к определенному классу. Но уже на стр. 24 авторы отступают от правил, называя вещество



Хотя должно быть – «1,2 – диметилциклобутан».

Ведь первое название подразумевает и другое строение:



Последнее вещество отличается по строению и должно называться «1,3 – диметилциклобутан». Подобных примеров множество. Поэтому учителю приходится много работать над номенклатурой с учащимися на уроках, поскольку дома они не смогут опереться на учебник.

Более успешно удается научить ребят описывать какие – либо вещества или элементы. При изучении первого элемента «водород» и химического вещества с таким же названием (но формула соединения «H₂»), мы записываем план характеристики элемента и соединения, вывешиваем плакат с пунктом этого плана и работа идет легче. Затем те же вопросы мы повторяем, изучая «кислород» и другие вещества. Так, говоря об элементе, следует придерживаться последовательности:

- символ элемента,
- валентность (или степени окисления в зависимости от строения атома),

- важнейшие соединения и распространение в природе.

Характеризуя вещество, нацеливаем ребят придерживаться плана:

- химическая формула и строение,
- способы получения в лаборатории и в промышленности,
- физические свойства,
- химические свойства,
- применение вещества.

Это основные функции плана, который может быть расширен, но, опираясь на этот план, даже очень слабые учащиеся обычно могут хотя бы немного рассказать о веществе.

Труднее научить ребят рассуждать, сравнивать. В химии обычно учитель нацеливает учащихся на то, чтобы они проследили в своих рассуждениях связь между строением, свойствами и использованием веществ. После отработки той установки на нескольких примерах, учителю легче бывает сформировать у ребят способность к рассуждениям. Начиная искать объяснения каким – либо явлениям, ребята уже интуитивно стараются находить связь строения со свойствами и применением.

Много времени требует и развитие у учащихся навыков выступления перед аудиторией. Здесь приходится работать не только над речевыми ошибками, но и преодолевать психологические барьеры. Наиболее удобная форма приобщения ребят к выступлениям – это игра. Они охотно участвуют в разгадывании кроссвордов по химии; почти все участвуют в работе «химических аукционов», где они «приобретают вещество», объяснив, где, как и для чего будут его использовать; успешно проходят соревнования между группами ребят, когда каждый не только отвечает за себя, но и осознает, что успех коллектива зависит от его выступления.

Раскрепостив ребят, можно переходить и к отработке навыков научных выступлений. Так, при подготовке семинаров, обобщающих уроков очень важна предварительная работа. Важно вооружить всех учащихся планом такого занятия, а затем нацелить каждого, учитывая его способности, на подробную проработку какого-либо вопроса.

Учащихся не просто следует отослать в библиотеку, а выписать для них рекомендуемую литературу, рассказать где и как ее найти, посоветовать, как лучше распределить или выбрать время для подготовки. Затем важно показать, как лучше оформить выступление. Ведь на самом уроке времени на все доклады может не хватить, а выступить хочется каждому подготовившемуся ученику. Поэтому мы сразу нацеливаем учащихся на подготовку «рекламы» своего доклада, в которой будут отражены основные тезисы выступления, какие – то интересные факты. Радует, что в последнее время и наши учащиеся стали при подготовке выступлений находить информацию в сети интернет, аккуратно распечатывают свои доклады.

Успешным выступлениям способствует и отбор для урока интересной информации учителем, иллюстрирование уроков с помощью слайдов, диафильмов, репродукций, фотографий, детских поделок и т.д. Ведь нередко видео образы способствуют созданию положительного эмоционального фона на уроке, способствуют не только усвоению трудных вопросов, но и осмыслению услышанного. Так на уроках по теме: «Вода» можно поговорить об акварели, тему «Металлы» скрашивают рассказы о ювелирной технике и памятниках, на уроках по теме «Углерод» уместен рассказ об алмазах и других драгоценных камнях, на уроках о силикатной промышленности используется материал о фарфоре, стекле, хрустале и т.д. Все это обогащает уроки, личность учащихся, делает шире их кругозор.

Часто, учителя химии имеют личные тетрадки, в которые собирают стихотворения о веществах, химиках и т.п. Иногда шутливые, эти поэтические образы способны заинтриговать, заставить задуматься. Например, узнать, о каком газе идет речь предлагаем по следующим признакам:

*Я – газ легчайший и бесцветный,
Неядовитый и безвредный,
Соединяясь с кислородом,
Я для питья даю вам воду
(водород)*

Особенно нравятся детям творческие задания типа: «написать сказку о превращениях в царстве веществ» или для старшеклассников: «написать репортаж с урока – семинара по теме «Белки».

Потом с большим удовольствием мы зачитываем лучшие работы ребятам, которые со всей детской фантазией подбирают неповторимые сравнительные обороты. Так, натрий почти всегда – «злодей», потому что он «убивает воду», заставляет ее «краснеть» и дымиться, сера – «красавица», желтая, да и для масок красоты важна, кислород – «царь батюшка» - основа жизни, водород – «Иван Царевич» - способен восстановить «заколдованные» металлы из соединений.

С не меньшим удовольствием читаешь в рецензиях старших ребят: «...с необыкновенным энтузиазмом отнеслись ученики к предложению их учителя по химии...сделать доклады на темы, связанные с белками. Забыв о прогулках и личной жизни, искали они в библиотечной литературе сведения и материалы для семинара. Наступил решающий день»...Далее одиннадцатиклассник Алексей Жучков берет интервью, рассказывает о выступлениях своих товарищей и подводит итог: «...В целом, семинар показал, что наша молодежь образована, красноречива, находчива. Побольше бы таких семинаров».

И действительно, каждый учитель получает на просто моральное удовлетворение, но и большой энергетический заряд на будущее, если у него на уроке дети активны, грамотно и красиво выступают.

Г.В.Мельниченко

Использование таблиц в ходе изучения темы “Устный монолог- рассказ” в курсе «Культура общения»

С целью оптимизации работы учеников над составлением рассказа можно использовать прием составления таблицы.

Например, учащимся предлагается составить таблицу на основе черт реальных животных. В таблицу включается также графа «вымышленный персонаж». Учащиеся на основе совмещения черт реальных животных создают вымышленный персонаж:

Название животного	Скорость	Рост	Вес	Количество конечностей	Питание
собака					
лев					
орел					
кошка					
.....					
Вымышленное животное					

Вымышленного персонажа впоследствии ученики вводят в ряд рассказов:

1. рассказ -описание;
2. просьба о помощи;
3. рассказ о похищении и поимке вымышленного персонажа.

Перед созданием образа ученик должен уяснить, что в основе деления объектов на «хорошие» и «плохие» лежит субъективная точка зрения того, кто дает оценку. Например, известные персонажи *волк* и *заяц* имеют как положительные, так и отрицательные черты, а наше отношение к ним зависит от сложившегося стереотипа.

Подобная работа приводит к сопереживанию авторами судьбам своих героев, делает их рассказы более эмоциональными и интересными, облегчает учащимся со слабо развитым логическим мышлением и воображением подготовку к выступлениям с рассказами.

С.В Пирогова

Деятельностный подход при обучении деловому общению в 9 классе

Тема «Деловое общение и письмо» включена в учебный план предмета «Культура общения» для учащихся 9-х классов, так как справедливо предполагается, что в этом возрасте возникает необходимость научить будущих выпускников основам делового общения, умению вести деловую беседу, устанавливать деловой контакт с людьми, устраиваться на работу, умению создавать свой собственный деловой имидж.

Дидактические материалы по деловому общению для 9 класса содержат большое количество интересного теоретического материала, а также материалы для анализа, которые позволяют полностью реализовать на уроках рецептивно - аналитический подход к обучению деловому общению. Именно этот подход традиционно считается наиболее эффективным для учащихся в этом возрасте.

Однако проблема обучения общению значительно сложнее и шире, чем проблема обучения правилам хорошего тона. Одним из аспектов этой проблемы является необходимость привить старшеклассникам *навыки* речевого общения. Отсутствие подобных навыков приводит к тому, что у подростков не выработана та непринужденная уверенность, которая необходима в процессе делового общения. В связи с этим основная цель наших уроков по деловому общению - не только дать учащимся общие знания, но и сформировать у них совершенно конкретные и определенные умения и навыки делового общения, которые в будущем они смогут применять на практике в своей «взрослой» жизни.

Исходя из этой цели, представляется целесообразным наряду с основным, рецептивно – аналитическим методом обучения, широко использовать

активные формы и методы преподавания делового обучения, так как именно они ведут к лучшему усвоению теоретического материала и формированию практических навыков.

На наших уроках мы широко используем также формы организации учебного процесса как ролевые игры, деловые тренинги, выступления по афоризмам и поговоркам и др.

Особо хотелось остановиться на ролевых играх, во время которых учащиеся не только отрабатывают отдельные приемы эффективного общения, но и учатся самостоятельно находить оптимальные решения поставленных перед ними коммуникативных задач. При этом интересным представляется не только использование на уроке домашних заготовок, но и умение быстро реагировать на смену ситуации общения, импровизировать по ходу действия.

Практически каждый урок включает в себя также формы работы, которые нравятся ребятам, они с удовольствием «играют» взрослые роли.

Заканчивается блок «Деловое общение» большой деловой игрой «Ступени к успеху», которая суммирует все полученные знания и демонстрирует те умения и навыки делового общения, которые были выработаны в ходе уроков. Мы используем, к примеру, такие деловые игры как «В приемной директора», «Я бы хотел у вас работать», «деловой разговор по телефону», «Производственный конфликт» и т.д.

Л.Д.Мудрова

Особенности преподавания предмета «Культура общения» в классах компенсации

В классах компенсирующего обучения занимаются дети не только с физическими и нервными отклонениями, но и просто педагогически запущенные дети. Многие из них выросли в семейной атмосфере, бесконечно далекой от соблюдения этикетных норм. Именно эти дети в наибольшей мере нуждаются в уроках культуры общения.

Практика работы в таких классах показывает, что для таких детей целесообразно создать специальную программу по культуре общения с учетом общего развития детей, особенностей их личного жизненного опыта и психических особенностей. Опыт работы в таких классах показывает, что на уроках должны преобладать игровые приемы, устная речь.

Так, в 5-6 классах можно широко использовать игры с помощью перчаточных кукол. Дети произносят монологи от лица героев. Замечания, претензии по поводу нарушения дисциплины, правил поведения и общения при этом будут адресоваться не конкретному ученику, а кукле, которой он управляет, что снимает проблему негативной реакции учащихся на замечания в свой адрес. Дети хорошо принимают условность игры и легко входят в предлагаемую роль.

На уроке по теме «Похвальное слово» ученики учатся произносить монолог «За что можно похвалить свою роль» (собаку, кота, крокодила Гену и

др персонажей, роли которых они исполняют). Используем также упражнение на произнесение словосочетаний типа *Я хороший, Я умею, Я могу, Я умный*. Интересно было услышать, как после урока, выходя из класса, дети повторяли эти слова, перенося их, по-видимому, на себя.

В седьмом классе на уроках хорошо выполняются детьми такие задания: составить устный рассказ по кругу, продолжить рассказ по начальной фразе, закончить предложение типа «если бы я был волшебником, миллионером, невидимкой...», подобрать аргументы за и против предлагаемого тезиса.

Любопытно, что работа по подбору аргументов хорошо стимулирует самостоятельную умственную деятельность учащихся. Например, работая по тезису «хорошо учиться в школе без оценок», ученики сами пришли к выводу, что если не будет оценок за твою работу, если никто не будет контролировать знания учеников, ученик не будет знать свои возможности - тогда для чего вообще ходить в школу? Все единодушно решили, что оценки на уроках все-таки нужны.

Учащиеся с интересом относятся к упражнениям со скороговорками, произнесению их с разной интонацией, радуются, когда им это удается.

В старших классах, восьмом и девятом, можно использовать форму разговора по душам. Небольшая наполняемость класса позволяет это делать. Можно обсуждать случаи из жизни, ситуации из жизни учащихся, ситуации, которые сами дети могут предложить: «Как быть, если...». Здесь важно выслушать ребенка и помочь ему правильно выразить свои претензии, научить его словесно выражать свою точку зрения без эмоциональных междометий. Неудовлетворительные оценки в таком классе, на наш взгляд, недопустимы.

А.В. Юрева

Типология лингвориторических идеалов и ее место в профессиональной подготовке будущего учителя

Для организации воспитательного процесса в вузе необходимо проектирование оптимальных взаимодействий и функциональной взаимосвязи процессов социализации воспитания, самовоспитания и перевоспитания, в совокупности образующих процесс формирования личности студента как будущего специалиста. Если речь идет о профессиональной подготовке будущего учителя, то в процессе преподавания коммуникативно ориентированных курсов целесообразно ориентироваться на определенный лингвориторический идеал, обусловленный отечественными традициями.

Прежде всего будущую профессиональную языковую личность необходимо сориентировать в типологии лингвориторических идеалов. Ещё в античности были выделены три универсальных идейно-смысловых компонента любого речевого поступка: Этос – этическое, нравственно-философское начало речи; Логос – словесно-мыслительное начало речи;

Пафос – её эмоциональное начало (М.Р. Львов). Соответственно в структуре отечественного риторического идеала, истоки которого – в мировоззрении Сократа, Платона, Аристотеля, выделяются три структурных элемента: 1) «благо – добро»/этический аспект/ ; 2) «мысль – истина» /логосный аспект/; 3) «красота – гармония» /пафосный аспект/.

Риторический идеал софистов – умение манипулировать аудиторией, артистизм, меткое слово, риторика спора, состязания, борьбы. Риторический идеал Платона и Сократа – умение кратко задавать вопрос, выслушивать ответ и на вопросы кратко отвечать в форме беседы, т.е. диалогический метод нахождения истины.

В русской православно-христианской традиции этот общеевропейский идеал был конкретизирован следующими этико-эстетическими категориями: 1) гармония; 2) кротость; 3) смирение; 4) миролюбие; 5) негневливость; 6) уравновешенность; 7) радость. Они реализовывались в таких риторических принципах, как 1) немногословие; 2) правдивость; 3) искренность; 4) спокойствие; 5) благожелательность; 6) отказ от крика, повышенной эмоциональности речи; 7) отказ от клеветы, сплетни, осуждения ближнего.

Отсюда вытекали и требования к речевому поведению человека: 1) беседуй только с достойным; 2) выслушай собеседника; 3) сохраняй кротость в беседе; 4) избегай грехов многословия, пустословия, несдержанности языка, грубости; 5) избегай хулы – за глаза и в глаза, недоброжелательного осуждения, пустой, злобной брани; 6) чаще изрекай доброе слово, но избегай похвалы чрезмерной и лстливой; 7) стремись к подражанию лучшим речевым образцам, запечатлённым в книгах (См.: А.К. Михальская).

В настоящее время в российском социуме конкурируют в основном три типа речевого идеала: прагматический американизированный, привычный большинству населения агитационный «советский» и мало где сохранившийся русский православно-христианский.

Согласно идее А.А. Ворожбитовой, современной модификацией отечественного речевого идеала выступает сильная языковая личность демократического типа. Профессиональная языковая личность, обладающая высокой лингвориторической компетенцией, может считаться подлинным Ритором только при условии этически ответственного использования своего речевого мастерства, что особенно актуально для педагогической деятельности.

Оптимальную для учебных целей модель лингвориторического идеала целесообразно спроектировать с учетом положительных качеств нескольких ценностно-речевых систем, находящихся положительный отклик у студентов как субъектов самовоспитания.

Цель предпринятого нами исследования – теоретически обосновать, спроектировать и апробировать лингвориторический идеал как фактор-доминанту воспитательного процесса в педвузе. Поставленная цель обусловила ряд задач: обосновать понятие фактора-доминанты в образовательном процессе с позиций педагогической синергетики; определить педагогическую сущность, роль и место лингвориторического идеала как

фактора-доминанты в процессе воспитания будущего учителя; разработать целевые, содержательные, процедурные, организационно-управленческие характеристики процесса воспитания посредством лингвориторического идеала; провести опытно-экспериментальную апробацию воспитательного процесса в педвузе с использованием лингвориторического идеала как фактора-доминанты.

Р.В.Зиброва

О преподавании русского языка и культуры речи на нефилологических факультетах

Преподавание русского языка и культуры речи на естественных факультетах университета – дело новое. В соответствии с новыми стандартами этот курс рекомендован для введения в учебные планы всех нефилологических факультетов.

Кафедра общего языкознания и стилистики ВГУ приступила к преподаванию этого предмета уже давно, вводя его постепенно под различными названиями, отражающими потребности конкретных факультетов. На разных факультетах этот курс назывался *Деловое общение, Практическая риторика, Этикет и речевой этикет, Основы культуры речи, Основы речевого воздействия*.

Кафедрой подготовлены программы этих курсов и учебные пособия по некоторым из них. Однако в современных условиях, когда преподавание русского языка и культуры речи в вузах значительно расширяется, необходима разработка методического обеспечения этих курсов и более полный учет специфики факультетов, на которых этот предмет вводится.

Кафедра имеет достаточно большой опыт в этой области. Концепцией данного курса в понимании кафедры является ориентация на прагматические цели – подготовку студентов к профессиональному общению, деловому общению в своей профессиональной сфере, формированию навыков бесконфликтного и эффективного общения, навыков культуры устной речи, орфографической, стилистической и синтаксической грамотности.

Учет специфики факультета осуществляется следующим образом. На первом этапе проводится тестирование различных форм речевых навыков студентов. После обработки результатов тестирования определяются наиболее актуальные для данного контингента задачи обучения. Так, на геологическом факультете в текущем учебном году основное внимание уделяется работе по совершенствованию навыков грамотного письма, а также работе по формированию риторического навыка создания текстов-описаний, необходимых студентам в их будущей профессиональной деятельности.

На экономическом факультете основное внимание уделяется формированию навыков эффективного делового общения, поскольку там готовят менеджеров.

На факультете психологии особое внимание уделяется совершенствованию навыков использования языка как средства воздействия на клиента и пациента.

На факультете компьютерных технологий уделяется внимание культуре устной и письменной речи, на факультете РГФ – национальным особенностям общения народов мира, культуре устной речи и стилистическому редактированию текста в процессе письменного перевода на русский язык.

Данная работа требует постоянного внимания со стороны преподавателя, поскольку студентам – нефилологам особенно важен практический мотив для совершенствования речевых навыков в родном языке.

Ж. В. Перепелкина, А. С. Асламова

Формирование межкультурного аспекта речевого поведения в условиях профессионального образования

Для достижения поставленной коммуникативной цели и реализации соответствующего коммуникативного намерения говорящему на иностранном языке недостаточно овладеть только языковыми знаниями и речевыми умениями. Успех общения в большей мере зависит от знания элементов социокультурного фона.

Анализ имеющихся учебников и учебных пособий показывает, что при обучении иностранному языку в неязыковом вузе данные социолингвистического характера представлены лишь информацией, содержащей сведения о стране изучаемого языка, ее географическом положении и политическом устройстве, что не дает возможности успешно подготовить специалистов к реальному эффективному межнациональному общению.

Актуальными для межкультурной коммуникации являются сведения о нормах и национальных особенностях коммуникативного поведения, коммуникативных табу, а также реалиях, отражающие инокультурные особенности инокультурной сферы. Полноценному коммуникативному акту способствует также эффективное овладение паралингвистическими (невербальными) средствами иноязычного общения, которые поддерживают оптимальный уровень психологической близости между общающимися, выступают в качестве показателя статусно-ролевых отношений, регулируют пространственные параметры общения, а иногда и заменяют вербальную информацию (A. Meierbian, R. Hind). К невербальным средствам относятся жесты, мимика, позы, движения тела и другие сигналы, которые также, как и вербальные сигналы, нуждаются в переводе: общепризнанный в России жест может иметь противоположную интерпретацию у иноязычного собеседника.

Незнание пространственных условий общения может также привести к нарушениям эффективной коммуникации, так как в каждой культуре существуют оптимальные пространственные зоны для различных видов общения.

Таким образом, в вузовский курс иностранного языка следует включить:

- паралингвистические средства, характерные для коммуникативного поведения носителей изучаемого языка;
- средства, специфические для речевого поведения носителей других языков, страны и организации которых являются потенциальными партнерами в данной сфере деятельности;
- средства, отражающие нормы, принятые в международном деловом общении.

Обучение межкультурной коммуникации включает не только информационный блок, но и новые формы предъявления информации, а также специальные приемы и методы.

А.А. Ворожбитова

Роль и место лингвориторического образования в системе подготовки кадров для туриндустрии

Представитель сферы туристской индустрии работает «в зоне повышенной речевой ответственности» (А.К. Михальская) – так же, как педагог, врач, юрист, менеджер, административный работник и т.п., и в этом смысле выступает профессиональной языковой личностью. Однако если изучение иностранного языка предусмотрено учебными планами с первого по выпускной курсы, то углубленное преподавание русского (родного или «второго родного» языка) в аспекте его эффективного применения – в монологическом и диалогическом режимах, продуктивном и рецептивном регистрах, устной и письменной формах – выносится за скобки. Между тем, это наносит урон не только имиджу и выполнению профессиональных функций молодого специалиста, но и тормозит развитие его речевой культуры (А.В. Тимофеев).

Так, например, срок обучения специалиста по социально-культурному сервису и туризму – 5 лет. В Государственном образовательном стандарте высшего профессионального образования находим целый ряд специфических требований к специалисту в области его мыслеречевой культуры. Однако реально достичь подобного уровня можно только при условии систематического повышения лингвориторической компетенции будущего специалиста, причем параллельно на русском и иностранном языках.

В идеале, если бы соответствующий русскоязычный курс велся в течение всех лет обучения, его необходимо было бы спроектировать в соответствии со структурой лингвориторической компетенции, ее механизмами, режимами, регистрами и формами.

Сквозной курс иностранного языка необходимо по возможности скоординировать с курсом русского языка, так, чтобы концептуально единая по структуре и содержанию лингвориторическая подготовка представляла собой два аспекта – русскоязычный и иноязычный, выстроенные в единой логике и накладывающиеся друг на друга.

В первом же семестре в целях формирования положительной профессионально ориентированной мотивации следует ввести обзорный пропедевтический курс, выбирая наиболее интересные, лично значимые моменты (в частности, стоит обратиться к мобилизующему пособию по ораторскому искусству Д. Карнеги). Однако такой «винегрет» должен быть строго организован в логическом отношении, т.е. отражать структуру интегральной лингвориторической компетенции — ее механизмы, режимы, регистры, формы, стили, типы речи, речевые жанры. Мы раскрываем роль и место лингвориторического образования в подготовке кадров для туристической, также как и других специалистов «зон повышенной речевой ответственности», так сказать, в идеале, как это должно было бы быть отражено в учебных планах. Очевидно, что в будущем, когда наше общество поймет, что мыслеречевая культура личности является приоритетной для его социально-экономического развития, учет западный опыт (так, в США риторизованный курс родного языка является вершиной образовательной пирамиды), эти идеалистические построения воплотятся в действительность.

Теперь вернемся к реалиям и представим вариант проектирования с вышеуказанных позиций курса «Риторика. Основы деловой речи» для специальности 230500 «Социально-культурный сервис и туризм». Он изучается в 6 семестре (30 ч. лекционных, 28 ч. практических, экзамен) и в силу малого объема должен представлять собой надежную ориентационную основу для дальнейшего языкового самообразования и речевого саморазвития, заложить фундамент профессионально ориентированного самосовершенствования личной лингвориторической компетенции и мощную мотивацию к этой кропотливой повседневной работе. Имеет смысл этот единственный курс спроектировать по принципу первого, вводного пропедевтического курса, о котором говорилось ранее, с ориентированием студентов на самостоятельное продвижение в очерченных областях лингвориторики в течение всей дальнейшей профессиональной жизни.

А.В. Тимофеев

Проблемы формирования билингвальной лингвориторической компетенции специалиста туристического сервиса

Туристический сервис, безусловно, является областью повышенной речевой ответственности. В связи с этим профилиграмма специалиста туристического сервиса должна быть максимально детализирована в лингвориторическом аспекте. Практика показывает достаточное количество недостатков лингвориторической подготовки будущих специалистов турсервиса как в области иностранного, так и, в особенности, в области русского языков. Этим обусловлена необходимость глубокой разработки билингвальной частной лингвориторики специалиста турсервиса.

Интегральная лингвориторическая компетенция (А.А. Ворожбитова) включает в себя три субкомпетенции – языковую, текстовую, коммуникативную, одновременно «включающиеся» в рамках профессионально значимых речевых событий различных типов. Они реализуются посредством работы механизмов лингвориторической компетенции – преддиспозитивно-ориентировочного, инвентивно-парадигматического, диспозитивно-синтагматического, элокутивно-экспрессивного, редакционно-рефлексивного, мнемонического, акционального, психориторического, которые обусловлены этапами универсального идеоречевого цикла «от мысли к слову» (риторический канон) и психологическими этапами деятельности.

В процессе обучения на первом месте для преподавателя должно стоять обеспечение мотивации, формирования у студента потребности чувствовать себя профессиональной языковой личностью, сознательно совершенствующей свою лингвориторическую компетенцию как на английском, так и на русском языках.

Категория языковой личности и уровни ее структуры детально разработаны в антропоцентрической лингвистике (Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М., 1987) и выступают адекватной научно-методической основой для лингводидактического проектирования.

Стратегической целью проектируемых нами частных курсов билингвального характера является становление будущего специалиста как сильной языковой личности демократического типа в результате формирования его интегральной лингвориторической компетенции. При этом не вызывают сомнений актуальность проблемы формирования паритетной билингвальной (русско-англоязычной) лингвориторической компетенции, необходимость исследования закономерностей функционирования в структуре языковой личности конгруэнтных психолингвистических образований, позволяющих равно эффективно реализовывать обе подструктуры билингвальной компетенции, задачи разработки эффективной методики их параллельного формирования (А.А. Ворожбитова, И.В. Чугай).

И.П. Николаева

Этический диалог

В «процессе диалогического общения между людьми, - говорил М.М. Бахтин, рождается что-то истинное». Диалог является важнейшей формой приобщения студента к этическим нормам, нравственного самосовершенствования студента.

Этический диалог в учебных условиях - средство размышления студента над взаимосвязью собственной жизнедеятельности с окружающей средой; осознание опыта личных отношений с другими, расширение рамок видения нравственной позиции собеседника.

Многоаспектный диалог, план которого четко продуман, должен быть равноправным взаимодействием преподавателя и студентов. Этический момент является побуждением рассмотреть с нравственных позиций взаимосвязь, взаимоотношения, взаимозависимость между людьми. Шопенгауэр говорил, что «обосновать мораль всегда трудно», но диалогическое общение на практическом занятии дает эту возможность. Этические проблемы и размышления по актуальным вопросам позволяют студентам «совершенствовать мысль в слове» (Л.С. Выготский) и способствуют обогащению этического кругозора. Организованное диалогическое общение позволяет выявить культуру общения и обогатить этические представления студентов, стимулировать дискуссию, привыкнуть к многообразию аргументации и альтернативных мнениям.

Студенты, выделяя этические моменты в проблемах современной жизни, проводят аналогии, сопоставляют их с актуальными вопросами повседневности в диалогическом общении. Так формируются навыки общения «на людях», и растет познавательный интерес к основам нравственной культуры.

Для проведения этических диалогов мы выбираем различную тематику: «Для успеха в жизни умение общаться с людьми гораздо важнее обладания талантами...» (Д.Левббок); «Апеллируя к высшей сознательности сотрудников, вы добьетесь наивысшего уровня исполнительности»; «Надо ли учитывать состояние другого человека в общении с ним?» «Покуда человек не говорит, неведом дар его, порок сокрыт...»(Саади); «Зависит ли от нас улучшение ситуации?» и т.д.

Диалог – важный путь к развитию у студентов навыков этического анализа явлений действительности.

Л.Ю. Муратова

Гуманность как основа общения педагога с учащимся

Учитель - посредник между конкретными возможностями ученика и учебным материалом, между учеником и жизнью, между учеником и культурой. Основой общения учителя с учеником является гуманность.

“Гуманность - ступок всех других добродетелей”, говорил Гельвеций. Она концентрирует в себе стремление личности к деянию добра на пользу другому. Гуманность - проявление уважения, любви и доброжелательности к другому человеку. Академик Щетинин справедливо указывает на важность педагогики сотрудничества: “Очень важно, чтобы ребенок работал на отношения. И тот, кто организует процесс - также. ... Здесь учителя как бы сливаются с учениками. Сотрудничая, они перестают чувствовать, кто из них ученик, кто учитель. ...И если они чему-то учатся, то это понимать Душу, стремления, мысли другого человека. Не математика здесь важна, а человек,

постигающий математику. Не математика ради самой себя, а математика ради движения к Истине.»

И еще одна мысль Щетинина представляется нам чрезвычайно важной: в общении учителя с учеником не должно быть места постоянной фиксации ошибок учащегося: «... Важно быть в атмосфере искренности, не должно быть обид, раздражений. Слово “не так” вообще отсутствует. ... Нехорошего не существует. Если вы зашли в тупик, то слова по поводу выхода из тупика обозначают: направо повернуться, налево, подняться вверх, как бы подсказка, куда идти, а не фиксация “стоишь неправильно”».

Педагогика сотрудничества – важнейшее условие современной педагогики, основа формирования гуманных отношений в обществе. Учиться сотрудничеству должны учителя и учащиеся одновременно, в коммуникативном взаимодействии друг с другом.

По мере овладения педагогическим мастерством учитель творит свой дух своего общения с детьми. Ведомый своей всепобеждающей любовью, учитель должен наперекор удушливому, мрачному окружению явить собой высший идеал и собственным примером увлечь своих воспитанников.

Г.Я.Селезнева

Способы организации материала в преподавании фразеологии иностранным студентам - филологам

Стремясь сделать свою речь адекватной речи носителей языка, эффективно участвовать в общении, слушать радио, смотреть телевизионные передачи, читать художественную и публицистическую литературу, иностранные студенты – филологи много внимания уделяют изучению русской фразеологии. Задача преподавателя – помочь им эффективно усвоить большой объем фразеологического материала. Один из путей решения этой задачи связан со способом организации разнообразных единиц, относимых к фразеологии.

В современных пособиях по фразеологии, предназначенных для студентов – иностранцев, наблюдаются следующие способы организации материала:

- фразеологизмы даются в качестве иллюстрации к теоретическим положениям по курсу «Фразеология современного русского языка» либо представлены в упражнениях, закрепляющих теоретические знания (Фомина Н. Д., Бакина М.А. Фразеология современного русского языка. М., 1985);
- фразеологические единицы (ФЕ) сгруппированы в соответствии с их семантическими свойствами, описываются единицы с одним общим типом значения, например, - предметным, признаковым, обстоятельственным, процессуальным (Чепасова А. М. Фразеологизмы в нашей речи. Челябинск, 2000);

- фразеологизмы объединяются по общему стержневому слову без учета их целостной семантики (Дерибас В. М. Устойчивые глагольно – именные словосочетания и их изучение в нерусской аудитории. М., 1979);
- рассматриваются объединения ФЕ, имеющих в качестве стержневого компонента общее слово и относящиеся к одному стилистическому или иному пласту – фразеологические ряды, гнезда, серии (Русская фразеология. Издательство РГУ, 1989). Выбор подхода зависит от целей обучения и его характера.

Учитывая страноведческую ценность фразеологизмов, их способность воплощать концепты культуры, а также активный интерес иностранных студентов – филологов к изучению этих единиц в рамках проблемы взаимодействия языка и культуры, считаем возможным предложить еще один способ организации фразеологического материала – тематический. Этот способ используется в практикуме по русскому языку, но не воплощен в курсах по русской фразеологии. Он заключается в следующем.

По определённой теме («Русская история», «Одежда», «Еда», «Жилище», «Ремёсла») создаётся текст лингвострановедческого характера, в который органически входят фразеологизмы, связанные с этой темой и/или имеющие в качестве опорных слов лексику темы. Так, например, в тексте по теме «Жилище» используются ФЕ со словами *изба, палаты, хата, порог, стена, ворота* и др. (*выносить сор из избы, ума палата, ни в какие ворота не лезет, как об стенку горох* и др.). Текст, созданный для введения этих фразеологизмов, даёт необходимую экстралингвистическую информацию и образец употребления ФЕ в речи, что позволяет сгруппировать близкие по тематике фразеологизмы, экономно показать их значение, функционирование и происхождение. Такая форма организации учебного материала, сочетая лингвистические и экстралингвистические сведения, позволяет студентам – иностранцам не только понять значение фразеологической единицы без обращения к словарю, но и получить знания о культуре и менталитете русского человека.

Приложение

Решение

5-ой международной конференции по риторике

«Профессиональная риторика: проблемы и перспективы»

(Воронеж, 29-31 января 2001 г.).

1. Конференция в результате состоявшегося обсуждения констатирует, что профессиональная риторика, определяемая как область частной риторики, изучающая эффективное речевое воздействие в рамках публичной профессиональной деятельности говорящего, является приоритетным направлением современной риторики, требующим особого внимания

исследователей и преподавателей риторики. Необходимо активнее разрабатывать проблемы эффективной профессиональной речи, создавать практические пособия и расширяя обучение профессиональной риторике во всех областях деятельности. Развитие профессиональной риторики в настоящее время необходимо как ответ на социальный заказ современного общества.

2. Конференция считает целесообразным объединить усилия юридических вузов и факультетов по подготовке пособия по юридической риторике (координатор Ч.Б.Далецкий).

3. В области научных исследований конференция отмечает необходимость расширения и углубления исследований в области рекламной и политической риторики. Приоритетными направлениями таких исследований следует считать теоретическую разработку коммуникативных моделей описания рекламного и политического дискурса, а также выявление национальной и социальной специфики политического и рекламного дискурса, особенностей восприятия политических и рекламных сообщений адресатом в условиях соответствующей социальной среды.

4. В области педагогического образования конференция констатирует необходимость введения в педагогических вузах на всех факультетах обязательного курса «Педагогическая риторика» в качестве федерального компонента базисного учебного плана, введение курса «Методика преподавания риторики» в педагогических вузах. Конференция констатирует, что курс риторики должен предшествовать остальным речеведческим дисциплинам на первом курсе.

5. Конференция с удовлетворением констатирует повышение интереса к риторике и другим речеведческим дисциплинам во многих регионах, успехи, достигнутые во введении риторических дисциплин в школах и вузах.

По результатам круглого стола «Риторика в регионах России» конференция констатирует, что наибольшее развитие риторика получила в школах и вузах Москвы, Санкт-Петербурга, Перми, Воронежа, Екатеринбурга, Красноярска.

Учитывая большую роль пермской школы риторики под руководством С.А.Минеевой в пропаганде и распространении риторики в школе, а также учитывая десятилетие ЗУУНЦ под рук. С.А.Минеевой, конференция постановляет провести В Перми осенью 2001 г. сессию Российской риторической ассоциации по проблеме: «Риторика диалога: проблемы исследования и освоения в школе и вузе».

6. Конференция одобряет опыт Воронежского ИПКРО, кафедры теории и практики коммуникации в области внедрения преподавания риторики в школах Воронежской области в рамках регионального предмета «Культура общения» и считает опыт введения предмета «Культура общения» в Воронежской области, его учебно-методическое обеспечение, проведение ежегодных научно-методических конференций по культуре общения и региональных фестивалей риторики для учащихся достойным распространения в других регионах.

7. Конференция одобряет опыт проведения московских Школ риторики и культуры речи под рук. В.И.Аннушкина и отмечает высокий интерес к ним со стороны риториков разных регионов, а также пользу этих школ для повышения риторической культуры преподавателей школ и вузов.

8. Конференция постановляет провести в мае 2001 г. первый российский экспериментальный видеоконкурс риторического мастерства школьников «Фестиваль риторики» на базе Ярославского ГПУ (отв.Л.Г.Антонова). Л.Г.Антоновой поручается разработать положение о Фестивале и разослать его в региональные отделения российской риторической ассоциации.

9. Конференция с удовлетворением констатирует, что в образовательные программы и стандарты включен предмет «Русский язык и культура речи», что знаменует поворот общественного мнения и органов управления образованием к проблеме культуры речи в обществе. Вместе с тем, конференция считает, что предложенный Министерством образования стандарт данного предмета не может быть признан удовлетворительным. В нем отсутствует представление о речеведческих дисциплинах и риторике, отсутствует риторика как ведущая дисциплина по формированию речевой культуры школьника и студента. Необходимо включить в стандарт риторический блок и обеспечить его необходимой учебно-методической литературой.

В связи с большой общественной значимостью данного явления считать целесообразным провести специальную конференцию риторической ассоциации по данной проблеме.

10. Конференция отмечает высокий научный и организационный уровень прошедшей конференции, хороший уровень подготовки заседаний, высокий уровень издания программы и тезисов конференции, продуманную научную и культурную программу, предложенную оргкомитетом (председатель И.А.Стернин), широкое освещение работы конференции в воронежских средствах массовой информации. Конференция поручает председателю Риторической ассоциации В.И.Аннушкину направить благодарственные письма в адрес Администрации Воронежской области и руководителей учебных заведений-организаторов конференции -Воронежского университета и ВИПКРО.

11. Конференция постановляет провести очередную конференцию риторической ассоциации в 2002 г в г. Москве, на базе МПГУ, по проблеме «Риторические дисциплины в новых образовательных стандартах школы и вуза».

Авторы сборника

1. Анпилогова Н. - учащаяся с.ш. № 36
2. Антонова Л.Г. – профессор Ярославского ГПУ
3. Антощенко В. - студентка ВЭТ
4. Артемова О.Г. – ст.преп. ВГТУ
5. Асламова А. С. – студентка ВГПУ
6. Беловоленко Я. - учащаяся гимназии № 3
7. Белоусов Н.И. – доцент ВГУ
8. Беляев Н.Н. – доцент ВГАСУ
9. Бойченко Н.И. - учитель с.ш. №74 г. Воронежа
10. Болхоева А.Б. – соискатель ВГУ
11. Борисова Е.В. – ст.преп. БГПИ
12. Браславец Л. – 10 кл, гимназия № 3
13. Васильева Е.В. – ассистент ВГПУ
14. Вахтель Н.М. – доцент ВГУ
15. Величкова Л.В – проф.ВГУ
16. Винокурова О.В. – ст.преп. БГПИ
17. Воеводская О.М. – доц. ВГУ
18. Ворожбитова А.А. – профессор Сочинского ГУТиКД
19. Воротникова А.Э. – аспирант АГУ
20. Высочина О.В. –аспирант ВГУ
21. Гайворонская Л.В. – студ. ВГУ
22. Гвоздикова Е.О – аспирант ВГУ
23. Голицина Т.Н. – доцент ВГУ
24. Голуб В.Я. – доцент БГПИ
25. Горькова Л.Г. - доцент ВИПКРО
26. Грачева Ж.В. – преп. ВГУ
27. Грищук Е.И. - ст.преп. ВИПКРО
28. Гунькина А.А. – аспирант ВГУ
29. Демин А.А. –студент ВГТУ
30. Долгова А.А. – научный сотр. БГПИ
31. Жукова Н.Е. – ассистент БГПУ
32. Журавлева Н.В. - ст.преп. ВИПКРО
33. Захарченко Е.– студентка ВЭТ
34. Зацепина И.А. – преп. БГПИ
35. Землянухина Т.М. – доцент БГПИ
36. Зиброва Р.В. – доцент ВГУ
37. Зленко И.П. – ассистент ВГПУ
38. Иванов А. – студент Воронежского ИММФ
39. Иссерс О.С. – профессор Омского ГУ
40. Кабаченко А. - 10 кл., гимназия № 3
41. Кашкин В.Б. – проф. ВГТУ
42. Кириченко Н.В. -преп., Старый Оскол

43. Ковалева Т.Г. – студентка ВГУ
44. Кожевникова И.Г. – ст.преп. Воронежского института физкультуры
45. Козельская Н.А. – доцент ВГУ
46. Кольцова Л.М. – доцент ВГУ
47. Коротких О.А. –преп. ВЭТ
48. Кучеренко С.Н. – ассистент ВГПУ
49. Лемяскина Н.А. - доцент ВИПКРО
50. Лукашкова О.Ю.- учитель гимназии №3
51. Лунева Л.П.- ст.преп. Самарского ИПКРО
52. Лунина О.А – аспирант ВГУ
53. Маркова Л. – студентка ВГУ
54. Медведева А.В. – преп. ВГМА
55. Мельниченко Г.В. – учитель культуры общения (Острогожск)
56. Милованова О.В. – аспирант ВГПУ
57. Могилева В. – 9 кл., гимназия № 2
58. Морозова И.А. –ст.преп. БГПИ
59. Мохаммед Хелан Карим – аспирант ВГУ
60. Мудрова Л.Д. – учитель с.ш. № 36.
61. Муратова Л.Ю. – преп., г.Курск
62. Мякотина Т.А. - учитель с.ш. №60
63. Наваль Мурад – аспирант ВГУ
64. Недосейкин М.Н. – асп. ВГУ
65. Николаева И.П. – преподаватель ВЭПИ
66. Николаева М.- 10 кл, гимназия № 3
67. Никонорова О.Н. – аспирантка Омского ГУ
68. Нуриева К. – учащаяся с.ш. № 36
69. Панов Ю.А – студент ВГУ
70. Парина М. –учащаяся с.ш.№ 36
71. Пастухова Е.А. – учитель педлицы при ВГПУ
72. Перепелкина Ж. В. – доцент ВГПУ
73. Петрайтене М.В – ст.преп. БГПИ
74. Пирогова С.В. – учитель муниципального лица № 4.
75. Попова З.Д. – профессор ВГУ
76. Попова М.К.– проф. ВГУ
77. Попова О.К. – учитель спецшколы-интерната №3
78. Радченко И.А. – соискатель ВГУ?
79. Разенкова Е. – 11 кл., гимназия № 3
80. Ракитина О.Н. – соискатель ВГУ
81. Романова И.А. – соискатель ВГУ
82. Рошупкина Ю.В. – соискатель ВГУ
83. Рудакова А.В. – аспирант ВГУ
84. Савина С.Л. – соискаткль ВГУ
85. Савченко А.Л.– доцент ВГУ
86. Селезнева Г.Я. - доцент ВГУ
87. Сергеева С.- учащаяся с.ш.№ 36.
88. Скрипникова Н.Н. – преподаватель ВГУ

89. Стернин И.А. - профессор ВГУ и ВИПКРО
90. Стрельникова М.А. – ст.преп. ВГУ
91. Строкова В.К. – директор профессионального училища № 21
92. Сычева Е. - 10 кл, гимназия № 3
93. Тавдгиридзе Л.А. – преп. Воронежского ИММФ
94. Тарабрина В.А. – преп. Липецкого ГУ
95. Таранцей Ю.В. – соискатель ВГУ
96. Тарнакина С. И. – соискатель ВГУ
97. Татаринский А.- 10 кл, гимназия № 3
98. Телебокова Н.- 9 кл, гимназия № 3
99. Тереньева В.И. – преп. Сочинского ГУТиКД
100. Тимофеев А.В. - – преп. Сочинского ГУТиКД
101. Тихонова О.В. – преп. ВГУ
102. Тростянская А. - учащаяся с.ш.№ 36
103. Фадеева С.А. – студентка ВГУ
104. Фомина И.В. - преп. ВГУ
105. Фридман Ж.И.- студентка ВГУ
106. Хорошунова И.В.- аспирант ВГУ
107. Хренова Н.Ф. – доцент ВГПУ
108. Хрячкова Л.А. – соискатель ВГУ
109. Черкасова М.Н. – учитель химии с.ш. № 36
110. Черногрудова Е.П. – преп. БГПИ
111. Чернышова Е.Б. - ст.преп. БГПИ
112. Чугунов Д.А. – преп. ВГУ
113. Шилова Г.Е. – ст.преп. БГПИ
114. Шишкина Г.Ю.- преп. ВГУ
115. Шмойлов А.И – доцент ВИПКРО
116. Шмойлов А.И. – доцент ВИПКРО
117. Шошина В.- 10 кл, гимназия № 3
118. Юмашева Г.Ю. – ст.преп. БГПИ
119. Юменская И.В.. – учитель гимназии № 3, аспирант ВГУ.
120. Юрьева А.В. - – преп. Сочинского ГУТиКД
121. Ядрихинская А.- 10 кл, гимназия № 3
122. Яркина Л.В. – доцент ВГПУ

Содержание

Культура общения в регионе

Е.И.Грищук, И.А.Стернин. Кафедра теории и практики коммуникации ВОИПКиПРО и речевая культура в регионе	3
Н.В.Журавлева. Культура речи учителей Воронежской области	8
О.А.Коротких. Риторизация учебного процесса в Воронежском энергетическом техникуме	11

Г.Ю.Юмашева. Формирование коммуникативных качеств речи у студентов – нефилологов Борисоглебского ГПУ	12
Е.А. Зацепина, И.А. Морозова.Формирование речевой культуры студентов факультета дошкольного воспитания БГПУ	13
Л.Г.Антонова. Из опыта работы «Центра теории и практики речевой коммуникации» в Ярославском регионе	15

Культура устной и письменной речи

Л. В. Гарская. Культура речи как многоаспектный феномен	16
Е.Ю.Лазуренко.Культура речи руководителя	20
Н.А.Козельская. Ортологический аспект в преподавании русского языка как иностранного	21
Н.И.Белоусов. Орфографические варианты в словаре В.И.Даля	22
Л.М.Кольцова. Назначение пунктуационных средств и принципы их исследования	23

Теоретические проблемы общения и речевого воздействия

О.С. Иссерс. Прототипический подход к типологии коммуникативных норм	25
М.Е.Новичихина. Прямая коммерческая номинация : эффективность с точки зрения мотивационной теории	26
З.Д.Попова, И.А.Стернин. Интерпретационное поле ационального концепта и методы его изучения	27
Т.Н.Голицына. Вопросительные конструкции: эпистемологическая классификация	30
Ж.И.Фридман. Вопросительные предложения в функции возражения	31
А. И. Шмойлов. Специфика коммуникативности народного декоративного искусства	32

Профессиональное общение

Л.П.Лунева. Культура общения учителя на уроке	33
О.К.Попова. Педагогическая толерантность и общение незрячими и слабовидящими детьми	34
В.К.Строкова. Основные трудности делового общения руководителя с педагогическим коллективом	35
И.Г. Кожевникова. Профессиональные и общекультурные требования к речевому поведению студентов спортивных вузов	37
В.И. Терентьева. Информационная культура будущего специалиста в области туриндустрии как составляющая лингвориторической подготовки	38
М.К.Попова, А.Л.Савченко. Особенности общения на зарубежных научных конференциях	39

Тавдгиридзе Л.А., Иванов А. Обучение устному рекламированию	41
Л.В.Яркина. Невербальное поведение как коммуникативная система хормейстера	42

Возрастные и гендерные особенности общения

Т.М.Землянухина. Особенности формирования общения между сверстниками в дошкольном возрасте	43
Е.Б.Чернышова. Языковые средства выражения коммуникативной категоричности при общении шестилетнего ребенка со сверстниками	44
О.В.Винокурова. Влияние социальных эмоций на общение старших дошкольников со сверстниками	47
А.А.Долгова. Учебно-игровая деятельность и общение старших дошкольников со сверстниками.	48
Н.Е.Жукова. Возрастные особенности развития диалогической речи дошкольника	49
Л.Г.Горькова. Игры-драматизации и детская агрессия	50
Н.А.Лемяскина. Коммуникативная категоричность первоклассника	51
Т.А.Мякотина. Особенности коммуникативного поведения учащихся 7-х классов	52
Е.И.Гришук . “Воспитанность”, “культурность”, “интеллигентность” в сознании старшеклассников	54

Национальные особенности общения

И.А.Стернин. О понятии коммуникативного сознания	55
В. А.Тарабрина. О несовпадениях в коммуникативном поведении разных народов	59
С. Н. Кучеренко. Особенности русского и американского диалогического комму-никативного поведения	61
И.В.Фомина. Национальная специфика супермногочленной синонимической номинации в русском и английском языках	62
Н. Н. Беляев, Н. Ф. Хренова. Коммуникативные проблемы современного британского общества	69
А.Б.Болхоева. Национальная специфика концепта <i>гостеприимство</i> в русской и англоязычной культурах	69
О.М.Воеводская. Маринизмы во фразеологии английского и русского языков	71
И. В.Юменская. Модальные конструкции в функции вежливого обращения в русском и польском языках	74
Лю Вэй Цзинь. Категория вежливости в русском и китайском общении	76
А. В. Медведева. Символическая составляющая русского менталитета	77

Ю. В.Таранцев. О некоторых особенностях русского коммуникативного поведения	78
Л.В. Гайворонская. Агрессивный диалог в русском общении	82
О.Ю.Лукашкова. Концепт «дружба» в русском языке	84
О.Н. Ракитина. Образ леса в русской народной картине мира	85
А.В.Рудакова. Экспериментальное изучение концепта «быт» в русском языковом сознании	88
И.П. Зленко. Лексико-фразеологическое поле «трудовая деятельность» в русском языке	94
И.А. Романова. Концепт «вежливость» и его объективация в русском языке	95

Русский язык сегодня

О. В.Милованова . Основные направления актуализации лексики в современном русском языке	97 101
Ж.В. Грачева. Экспрессия и стандарт в газетной речи	107
Ю.А.Панов. Экспансия сниженной лексики и проблема лакуарности	110 111
А.Коноплин. Диалог в интернете как гибридная форма языка	115
О.В.Высочина. Иноязычные слова в лексической системе языка	
И.А.Радченко. Семантические трансформации в лексике	116
Е.П.Черногрудова. Семантическая двуплановость в газетных заголовках	
Н.М Вахтель, Мохаммед Хелан Карим. Арабизмы - агнонимы в русском языке	120 121
Н.М.Шишкина. ЛСГ глаголов говорения в русском языке	
Л.А.Хрячкова. Использование библеизмов в речевом общении первой половины XX в. (на материале художественных произведений М.А. Булгакова)	123 125
Ю.В Рощупкина. Иноязычные вкрапления в пьесах В.В. Набокова	127
В. Я. Голуб. Имена числительные в СМИ («Остался ли в России хоть один человек, который умеет склонять числительные?»)	128
Г.Е.Шилова. Употребительная иноязычная лексика в языке радио и телевидения	130
М.В.Шаманова. Частеречная организация лексико-фразеологического поля «Общение» в русском языке	131
О.О.Ипполитов. Лексическая объективация концепта «дорога» в современном русском языке	132
О.Г.Артемова. Объективизация концепта «труд» в русском языке	133
И.В.Хорошунова . Типы изменений в поле утилитарной оценки (на материале русского языка конца XX века)	137
О.А.Лунина. Выражение противоречия в ограничительно-противительных сложносочиненных предложениях	139
С.И Тарнакина. Экспрессия отрицательных высказываний в русском	

языке	
Е.В.Борисова. Бытийные глаголы в односоставных дебитивных предложениях	141

Язык СМИ и рекламы

Н.Н. Скрипникова. Язык СМИ как средство формирования речевого поведения	142
М.А.Стрельникова. Телеинтервью как коммуникативно-функциональный речевой жанр	143
Л.В.Величкова, Н.В.Кириченко. Средства выражения эмоциональности в звучащем рекламном тексте (на материале немецкой рекламы)	147
Л. Маркова. Особенности мужских и женских объявлений о знакомстве	153
О.Г. Никонорова. Малые рекламные жанры в коммуникативном и ортологическом аспектах	155
Т.Г.Ковалева. Эффективность рекламных объявлений о трудоустройстве	156
М.В.Петрайтене. Особенности воздействия телерекламы на дошкольника	158
А.А.Демин, В.Б.Кашкин. Граффити как элемент коммуникативного поведения	159

Русский язык глазами школьников

С.Сергеева. Семантика слов <i>прикол</i> , <i>прикольный</i> , <i>прикалываться</i> в сознании старшеклассников	160
Н. Анпилогова. Любимые и нелюбимые слова	161
К. Нуриева. Любимые и нелюбимые имена	162
В. Антощенко, Е.Захарченко. Жаргон в речи студентов техникума	164
А. Тростянская. Компьютерный жаргон	165
Е. Сычева. Риторический вопрос как газетный заголовок	166
А.Ядрихинская. Имидж телеведущего Дмитрия Диброва	167
В.Могилева. Восприятие телевизионной рекламы восьмиклассниками	168
М. Паринова. Мотивы в рекламе	169
Я.Беловоленко. Символическое значение слова <i>белый</i> (на материале произведений Ч.Айтматова)	170
М.Николаева. Употребление этикетных слов при обращении к начальнику в рассказах А.П.Чехова	171
Н. Телебокова. Невербальное общение в рассказе Л.Н. Толстого «После бала»	172
В.Шошина. Правила общения в эпистолярном жанре	174
Л. Браславец. Требования к поведению оратора в афоризмах и изречениях древних	175
	176

А. Татаринский. Концепт <i>дом</i> в русских народных пословицах	
Е. Разенкова. Добро и зло в русских пословицах (на материале словаря В. Даля. «Пословицы русского народа»)	177
А.Кабаченко. Взаимоотношения мужа и жены (на материале русских пословиц)	178

Проблемы общения в художественной литературе

Д.А. Чугунов. Отражение социальной психологии в речевом поведении персонажей (И.С. Тургенев, "Дым")	179
Е.О.Гвоздикова. Общение в кругу французских символистов (<i>Вторники Стефана Малларме</i>)	180
Наваль Мурад. Особенности общения персонажей в романе У.Фолкнера "Шум и ярость"	181
О.В.Тихонова. Специфика общения поляков и датчан в романах И. Хмелевской «Всё красное» и «Лесь»	187
Г.Ю.Шишкина. Общение в советском обществе в восприятии современного французского писателя (по роману А.Макина «Французское завещание»)	188
С.Л.Саввина. Речевые контакты и психологическая разобщенность персонажей в рассказе Джеймса Джойса «Мертвые»	189
А. А.Гунькина. Диалог в художественной публицистике Грина	
С.А. Фадеева. Диалог как средство раскрытия авторской позиции в романе Р.Олдингтона «Суший рай»	190
М.Н.Недосейкин. Феномен «площадной» речи в художественном мире Л.-Ф.Селина	191
Е.В.Васильева. Особенности диалога в романах Г.К.Честертона	192
А.Э.Воротникова. Голоса и их роль в романе Кристи Вольф «Медея»	193

Мастерская педагога

Е. Э. Пастухова. Развитие устной речевой деятельности как общепедагогическая проблема	194
Н.И. Бойченко. Комплексное формирование умений и навыков культуры общения у младших школьников	195
И.В.Юменская. Уроки риторики как форма развития творческих способностей учащихся	196
М.Н.Черкасова. Проблемы формирования речевых навыков на уроках химии	197
Г.В.Мельниченко. Использование таблиц в ходе изучения темы "Устный монолог- рассказ" в курсе «Культура общения»	200
С.В. Пирогова. Деятельностный подход при обучении деловому общению в 9-м классе	201

Л.Д.Мудрова. Особенности преподавания предмета «Культура общения» в классах компенсации	202
А.В. Юрьева . Типология лингвориторических идеалов и ее место в профессиональной подготовке будущего учителя	203
Р.В.Зиброва. О преподавании русского языка и культуры речи на нефилологических факультетах	205
Ж. В.,Перепелкина, А. С. Асламова Формирование межкультурного аспекта речевого поведения в условиях профессионального образования	206
А.А. Ворожбитова . Роль и место лингвориторического образования в системе подготовки кадров для туриндустрии	207
А.В. Тимофеев.Проблемы формирования билингвальной лингвориторической компетенции специалиста туристического сервиса	208
И.П. Николаева. Этический диалог	209
Л.Ю. Муратова. Гуманность как основа общения педагога с учащимся	210
С.Г. Стернина Особенности общения работников приемной комиссии вуза с посетителями	211
Г.Я.Селезнева. Способы организации материала в преподавании фразеологии иностранным студентам – филологам	212
Приложение	213
Авторы сборника	216
Содержание	219