Есаян В.С.

Пятигорский государственный лингвистический университет

**О НЕКОТОРЫХ СТРАТЕГИЯХ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОБУЧЕНИИ ГОВОРЕНИЮ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ**

Овладение иностранным языком как средством общения становится мощным стимулом развития коммуникативно-ориентированного обучения, появившегося в 70-х годах XX века. Иностранные языки прочно вошли не только в сознание современного человека, но и в культурное пространство совместного бытия людей. Современная модель образовательного процесса ориентирована на переход от *знаний* к *умениям* *применять* *знания* при решении коммуникативных задач.

В то время как коммуникативное обучение языку занимается развитием всех навыков и их естественным совместным использованием, в последнее время особое внимание обращено на *способы развития* навыков говорения. Это проблема формирования не только лингвистической компетенции, но также и социолингвистической, дискурсной, стратегической, социокультурной и социальной компетенций, и все они в целом составляют конечную цель развития коммуникативной способности.

Обучая иностранному языку, преподаватель добивается *мышления* на изучаемом языке, потому что владение иностранным языком предполагает неразрывное единство и непосредственную связь его с мышлением. Таким образом, процесс обучения иностранному языку сопровождается выработкой у учащихся новых психофизиологических механизмов, с помощью которых они должны несколько иначе отражать объективную действительность, т.е. несколько иными языковыми средствами думать о ней.

При обучении говорению обычно рассматриваются три области знаний: *механика* (техника) включает произношение, грамматику, вокабуляр, то есть использование необходимого слова в нужном порядке с правильным произношением; *функция* (функционирование, деятельность) охватывает трансакцию и интеракцию, обмен информацией и выстраивание отношений; *знание социальных и культурных правил и норм,* то есть понимание и принятие во внимание того, кто говорит, с кем, в каких обстоятельствах, о чем и какова цель общения (очередность, скорость, длина пауз, роли и участники) [Burkart, 1998].

В помощь учащимся для развития коммуникативных навыков преподаватели могут использовать так называемый подход сбалансированных упражнений, который включает *введение языкового материала* (language input), структурное воспроизведение (structured output), коммуникативное воспроизведение (communicative output). Введение языковой информации (прослушивание текстов, чтение отрывков и т.д.) может быть ориентировано на *содержание* (прогноз погоды, академическая лекция, описание стратегий обучения и примеры их использования) или на *форму* (установки преподавателя по употреблению лексики, грамматических форм, произношению /лингвистическая компетенция/, ситуативное использование языка /дискурсивная компетенция/, скорость говорения, длина пауз, очередность и другие социальные аспекты использования языка /социолингвистическая компетенция/, способы восстановления общения /стратегическая компетенция/).

В качестве иллюстрации *введения языковой информации* приведем пример из учебника New Opportunities Russian Edition. Pre-Intermediate [Harris, Mower, 2006:13]. Установка к упражнению: ***Listen to Rover’s owner again. Which of the given words and sounds does he use to give him time to think?*** Ниже приводится список: ***Er, right, um, well, you know, you see****.*

*Структурное воспроизведение* сфокусировано на правильности использования той или иной формы или структуры, которая была введена преподавателем. Например, ***look at these sentences from the interviews. Underline the multi-part verbs and try to guess their meaning. Use the Mini-dictionary to help you*** [Harris, Mower, 2006:13].

1. When they get up, I give them breakfast.
2. What do they get up to during the day?
3. When we get back home, I always have a cup of tea.
4. Rover gets on with the cats.

***Now replace the words in italics with the multi-part verbs from the previous task.***

1. I do my homework when I *return* home from school.
2. *I’m friendly with* my neighbour – we have a lot I common.
3. I *get out of bed* late at weekends.
4. What do you *do* when you’re out with your friends?

В упражнениях *коммуникативного типа* основной целью выступает выполнение самого задания (разработать маршрут путешествия, создать видеосюжет, провести исследование о стиле жизни одноклассников). Критерием оценивания заданий такого плана является достижение цели, а не правильность и безошибочность речи. На данном этапе учащиеся могут применять лексические, грамматические и коммуникативные стратегии, которые им знакомы либо те, которые были введены преподавателем.

Примером коммуникативного задания из того же учебника может служить описание картинок, следуя нижеприведенным стратегиям говорения:

* Look at the photo. Think about the situation, the people, where they are and what they are doing.
* If you don’t know a word, think of another way to say it, e.g. *This person works with sick animals (=a vet)*.
* Use words and sounds that give you time to think (См. выше).
* Don’t worry if you repeat words or phrases, e.g. *He loves working… working with me.*

Задания такого рода можно адаптировать для разного уровня обучаемых. Они являются довольно результативными и мотивируют учащихся к более эффективному изучению языка.

*При обучении поведению в определенных обстоятельствах*, таких, как например: встреча людей на неформальной вечеринке; обсуждение объема продаж на деловой встрече; рассказ шутки в кафе; сохранение сообщения на автоответчике; просьба оператора соединить вас с тем или иным работником компании; покупка билета на поезд в кассе; прохождение таможни в аэропорту; назначение встречи с дантистом по телефону и т.д. [Scrivener, 2009] необходимо учесть и контролировать стратегии построения речевых актов:

1) *Произношение* (говорить четко с ясными, понятными звуками; речь должна быть связной, беглой; использовать ударение и интонацию для того, чтобы выделить, привлечь внимание, выразить эмоции или отношение и т.д.; объясняться в доступном темпе).

2) *Контекст* (выбор и применение необходимого уровня формальности/неформальности).

3) *Уровень вежливости* (осознанный выбор темы и стиля /деловая встреча, разговор с коллегами за чашкой чая/; спонтанная речь или речь в условиях ограниченного времени; неосведомленность об уровне владения языком других людей).

4) *Организация информации* (постулаты и максимы общения) [Грайс, 1985; Leech, 1983].

5) *Взаимодействие* (установление взаимоотношений до и вовремя общения; соблюдение очередности; умение правильно реагировать на непредсказуемые ответы).

6) *Слушание* (активное слушание; умение справляться с разнообразием содержания /факты, мнения, аргументы, анекдоты/; достижение компромиса).

7) *Стратегии говорения* (умение вежливо прервать собеседника, поменять тему беседы, привлечь внимание к тому, что ты говоришь).

8) *Языковые средства* (знание разговорных формул и клише; умение задавать вопросы; умение применить необходимые языковые средства для выражения значения) [Scrivener, 2009: 166-168].

Довольно практичным и продуктивным является следование так называемым стратегиям говорения, на которые следует опираться при обсуждении какой-либо проблемы [Harris, Mower, 2006, 2008].

**Стратегии говорения (Speaking Strategies)**: Взаимодействие в дискуссии (Interacting in Discussions)

* Не пытайтесь доминировать в дискуссии (Don’t dominate the discussion).
* Если вы хотите что-либо сказать, дождитесь, пока ваш партнер сделает паузу (When you want to say sth, wait for your partner to pause).
* Если вы вынуждены перебить собеседника, воспользуйтесь формулами вежливости (If you have to interrupt, use polite expressions).
* Привлеките других людей к участию в разговоре, спросив их мнение с помощью вопроса: *А что вы думаете* *…?* (Involve the other person by asking his/her opinions: *What do you think about…?*)
* Показывайте интерес к высказанному собеседниками словами *‘конечно’*, *‘точно’*, *‘верно’* и т.д. (Show interest in what the others are saying. Use words like *‘right’*, *‘absolutely’*, *‘exactly’* and sounds like *‘mm’*).

Для организации занятия по обучению говорению в определенном жанре можно работать над развитием индивидуальных микро-навыков, используя игры или практические задания или же в более широком масштабе, призывая обучающихся применять несколько микро-навыков при выполнении какого-либо задания (например: 1) обучающиеся работают в небольших группах. Каждый выбирает карточку с темой /например, «спорт»/. Один человек начинает говорить на заданную тему. Остальные участники пытаются вежливо прервать говорящего и сменить тему на ту, которая досталась им. 2) студентам раздается список выражений, в котором даны клише для вежливого вмешательства в разговор /‘By the way…’/, а также неправильные /‘Now I want us to talk about…’/. Обучающиеся выбирают правильные выражения и затем организуют дискуссию) [Scrivener, 2009: 168].

Подчеркнем, что для продуктивного обучения навыкам говорения необходимо использовать систему упражнений на развитие той или иной коммуникативной тактики или стратегии.

**Литература**

1. Грайс Г.П. Логика и речевое общение [Текст] / Г.П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1985 Вып. 16. Лингвистическая прагматика. – С.276-302.
2. Burkart G.S. Spoken language: What it is and how to teach it. // Modules for the professional preparation of teaching assistants in foreign languages. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: //www.nclrc.org/essentials/speaking/spindex.htm.
3. Harris, M. Mower, D. and others New Opportunities Russian Edition. Intermediate [Text] / M. Harris, D. Mower. – England: Pearson Education Limied, 2008. – 144 p.
4. Harris M. Mower, D. and others New Opportunities Russian Edition. Upper Intermediate [Text] / M. Harris, D. Mower. – England: Pearson Education Limited, 2006. – 176 p.
5. Leech G.N. Principles of pragmatics [Text] / G.N. Leech. – London: Longman, 1983. – 250 p.
6. Scrivener J. Learning Teaching [Text] / J. Scrivener. Macmillan Publishers Limited, 2009. – 432 p.

Морозова Е.Н.

Марийский государственный

технический университет

**Префиксы глаголов как способ выражения значений фазовости (на материале немецкого и русского языков)**

Обращение к проблемам поля фазовости получило в последнее время новый виток актуальности, объясняемый, в частности, нарастающим вниманием лингвистов к речи и, следовательно, к выяснению значения и способов выражения в высказывании такой фундаментальной черты действительности, как характер существования событий (протекания фаз действия во времени).

Одним из важнейших членов немецкой словообразовательной семьи с фазовым значением является глагольный префикс *los-*, который был уже основательно изучен Ренатой Штайниц в связи с вопросом, как проявляется вид немецкого глагола [Steinitz, 1981: 84]. *Los-* описывается как «морфологическая отделяемая часть глагола между полупрефиксом и глагольной основой сложного слова». Его фазовое значение (*los-* имеет также другие словообразовательные значения, например, «отвертывать» в *los-schrauben*) подразделяется на пространственный (*los-fahren* – трогаться с места) и временной аспекты (*los-lachen*-засмеяться).

Примечательно, что П. Айзенберг вообще не упоминает полупрефикс *los-* в своей двухтомной грамматике, так же не отмечен в этом труде вид глагола как семантический компонент словообразования. Однако в своей работе он затрагивает фазовое понятие инхоативность, под которым он понимает семантику начала, тождественную ингрессивности [Eisenberg, 1998: 254]. В качестве типовой конструкции П. Айзенберг называет глаголы с оделяемой приставкой *an-*, в которых, как утверждает П. Айзенберг, в ингрессивном словообразовательном значении еще отчетливее проявляется препозициональное значение *an-*. Примерами к этому служат *an-beiβen* (откусывать, надкусывать), *an-braten* (наджаривать), *an-fangen* (начинать), *an-fressen* (надгрызать), *an-feuchten* (смачивать, увлажнять), *an-fassen* (дотрагиваться, хватать), *an-pfeifen* (дать свисток), *an-singen* (запевать), *an-stecken* (накалывать), *an-zahlen* (уплачивать первый взнос). Согласно П. Айзенбергу префикс *an-* обозначает отношения такого рода, что комбинация “*a an b*” (Zettel an der Wand) означает, что *a* находится в ближайшем окружении *b*, точнее, *a* фиксируется через контакт с *b* (и не наоборот) [Eisenberg, 1998: 254] .

Когда препозициональная глагольная частица сохраняет свое значение, как предполагает П. Айзенберг, мы имеем дело с метафорическим переосмыслением локативного концепта во временной. Отношения схожести между локативным и временно-ингрессивным an- основано частично на том, что меньшее по времени событие «фиксируется» посредством большего события того же типа, точно так же, как локализируют обычно маленький предмет через контакт к большему предмету (и не наоборот). Что касается ингрессивного значения, то тот факт, что префиксация с помощью *an-* захватывает начальный интервал общего действия, а не, например, результативную, завершающую фазу, можно объяснить «дополнительным значением незаконченности», которое проявляется в семантической эквивалентности препозициональной конструкции с *an* и транзитивной конструкции с соответствующим глаголом с отделяемой приставкой [Eisenberg, 1998: 255].

*Die Maus* ***knabbert an*** *dem Käse.* (Мышь грызет сыр.)

*Die Maus* ***knabbert*** *den Käse* ***an***. (Мышь грызет сыр.)

Таким образом, значения фазовости могут возникать через сопутствующее значение локального концепта морфологической составной части. Это касается также других глаголов с отделяемыми приставками. В связи с этим П. Айзенберг упоминает предлог *auf*, который семантически близок к *an* и в комбинации с определенными вербальными корнями может вызывать сходные фазовые значения, как в *auf-flammen* (воспламеняться, загораться), *auf-glühen* (вспыхнуть), *auf-lachen* (засмеяться).

В русском языке М. Гиро-Вебер выделяет начинательные префиксы *за-, по-, воз- (закричать, побежать, возненавидеть)*, имеющие ингрессивное значение. Помимо них М. Гиро-Вебер называет финитивные *от-, про-, раз- (отобедать, прошептать, разлюбить)* и дуративные префиксы *по-, про-, пере- (почитать, проговорить полчаса, переждать грозу)*, которые являются «носителями смысловой разницы» [Гиро-Вебер, 1990: 107]. Как справедливо отмечает М. Гиро-Вебер, «присутствие префикса временного ограничения …препятствует деривации и образованию несовершенного вида, что влечет за собой видовую дефектность» [Гиро-Вебер, 1990: 107]. И хотя в некоторых случаях деривация возможна (*закурить – закуривать, просидеть – просиживать*), префиксы этого типа называются «моноаспектуальными». С точки зрения глагольной семантики в описываемых глаголах понятие изменения смешивается с понятием самого действия, поскольку действие само по себе представляет собой изменение. Так, например, ситуация, указанная в высказывании *Он пролежал два часа*, содержит информацию, что действие продолжалось не более (и не менее) двух часов, значит, до него и после него субъект был обязательно занят другим действием (или другими действиями). Таким образом, указанная ситуация представляет собой изменение в сравнении с тем, что предшествует и что следует. Если глаголы этой группы допускают имперфективацию, несовершенный вид не обладает, как правило, значением длительности и пары типа *просиживать/просидеть* присоединяются к группе *случаться/случиться* и не покидают класса динамично-моментальных глаголов.

В отличие от П. Айзенберга, в труде «Введение в немецкое словообразование» Й. Эрбен детально описывает отделяемый компонент глагола *los-*, характеризует однако *an-* непосредственно как ингрессивную морфему, как например в *an-brennen* (пожигать, воспламеняться), *an-fahren* (трогаться), *an-schneiden* (отрезать первый кусок) [Erben, 2006: 20].

С одной стороны, Й. Эрбен затрагивает непосредственно различные способы словообразования для улучшения эффективности значения фазовости, и при этом он также учитывает функциональные соответствия морфологического и синтаксического уровней. Ингрессивному интервалу, на котором могут фокусироваться синтаксические сочетания с *los-* или *anfangen zu,* соответствует на морфологическом уровне как наиболее распространенные префиксы *an-, auf-* и *ein*-, например *an-fahren/schneiden* (отъезжать, надрезать), *ein-schlafen/arbeiten (sich)* (засыпать, вводить в курс дела), *auf-drönen/glimmen* (загрохотать, вспыхнуть); безударные *er-* и *ent*-, например, *er-blühen* (расцветать), *ent-schlummern* (задремать) Й. Эрбен считает второстепенными. Новым у Эрбена является то, что он включает в семантику словообразования дополнительные фазы ингрессива, эгрессива, окончания или полного выполнения действия. Морфологическими средствами этого вида глагола у него выступают чистые префиксации с *ver-, zer-, er- (ver-fallen/blühen/messen* – разрушаться, отцветать, измерять, *zer-fallen*- распадаться, *er-messen* - измерить) и сочетания с препозициональными отделяемыми частями глагола *aus-, ab-, durch- (aus-blühen/messen* – отцветать, измерять, *ab-blühen/messen* – увядать, отмерять , *durch-prügeln* - избить) [Erben, 2006: 87].

В русском языке префиксы *до*- и *от*-, способные эксплицитно выразить конечный фазис действия или конечную границу действия, распределены между двумя большими классами терминативных и нетерминативных глаголов. Как отмечает Е.В. Петрухина, финитную модификацию имеют в основном гомогенные базовые глаголы, в лексическом значении которых не содержится указания на конечный предел действия, типа греметь, плакать, воевать (*отгреметь, отплакать, отвоевать*) [Петрухина, 2000: 220]. В русском языке глаголы финитной фазы действия с префиксом *до-* эксплицитно выражают полное завершение процесса, так как специфика глаголов с префиксом до- активизирует смысл окончания действия и его последнюю фазу. Такие глаголы (комплетивных модификаций) образуются преимущественно от глаголов невербального образования (*писал/дописал*). Помимо этого, фаза терминативности, которая представляет собой законченность действия, длившегося какое-то время, или соотносится с результативностью и в равной степени соответствует начальному и конечному моменту, образуется синтетическим способом с помощью предиката с префиксом *про- (проворчать, простонать, прочитать)*.

Й. Эрбен вводит фазовые значения в систему словообразования немецкого языка и противопоставляет названной П. Айзенбергом ингрессивной фазе противоположную эгрессивную фазу. Й. Эрбен дает понять, что с точки зрения формы существует система морфем для выражения значений фазовости, но не анализирует далее их внутренние отношения. Третье значение фазовости, которое указывает на середину интервала (континуатив), также не было упомянуто Й. Эрбеном в качестве категории значения.

В отличие от Й. Эрбена, М. Лоде рассматривает разграничение видов глагола в словообразовании прежде всего как область префиксации, и различает помимо ингрессива (М. Лоде называет его «инхоатив», примерами являются *er-blicken* – увидеть, *los-laufen* – побежать, *er-klingen* – зазвенеть*, an-schalten* – зажигать, *auf-schreien* – закричать) и эгрессива (у Лоде «перфектив», примеры *ver-sinken* – утонуть, *ab-arbeiten* – доделать, *auf-brauchen* – израсходовать) как третью группу дуратив, который сигнализирует о «чистом протекании действия» [[Lohde](http://vs30.kobv.de/primo_library/libweb/action/search.do?vl%28freeText0%29=Michael+%20Lohde%20&vl%2814779587UI0%29=creator&vl%28287419800UI1%29=all_items&vl%281UIStartWith0%29=exact&fn=search&tab=man_all&mode=Basic&vid=MAN_UB&scp.scps=scope%3a%28MAN_MAB_LFER%29%2cscope%3a%28MAN%29%2cscope%3a%28MAN_ALEPH%29%2cscope%3a%28MAN_NL_ALL%29%2cscope%3a%28MAN_OAI_ZBW%29%2cscope%3a%28MAN_OAI_BIEL%29%2cscope%3a%28MAN_ECO%29%2cscope%3a%28MAN_OLC%29%2cscope%3a%28MAN_SAFARI%29%2cscope%3a%28MAN_INKA%29%2cscope%3a%28MAN_GRUYTER%29%2cscope%3a%28MAN_EBR%29%2cscope%3a%28MAN_WBANK%29%2cprimo_central_multiple_fe), 2006: 231]. В данную группу можно включить континуатив, однако очевидно, что не все дуративные глаголы являются фазовыми континуативами.

Как утверждает Ф. Энгерер, третья группа значений фазовости, только что упомянутый континуатив, в немецком языке «лежит в сфере сочетания наречие-глагол и этим формально отличается от ингрессивной/эгрессивной группы, которая как правило обусловлена вербальной деривацией» [Engerer, 2009: 8]. Способ словообразования адвербиально-глагольных сложных слов в основном подвержен влиянию семантической модели локального разграничения, которое отчетливо выражается в адвербиальных подгруппах, например, *hinauf-/herauf-* (наверх), *hinunter-/hinab-/herunter-* (вниз), *hinein-/dazwischen*- (внутрь) и т.д.

Помимо центральных континуатив *weiter-* (*Er raucht weiter* – Он продолжает курить) и *fort-* (*Das schlechte Wetter dauert fort* – Стоит плохая погода) М. Лоде называет также отделяемые композиционные сочетания, как *vorbei-/vorüber-gehen* (*Die Schmerzen werden vorbei-/vorübergehen* – Боли пройдут), которые образуют эгрессивные словесные комплексы, ограниченные тем, что они заканчиваются на -gehen в качестве второго компонента [[Lohde](http://vs30.kobv.de/primo_library/libweb/action/search.do?vl%28freeText0%29=Michael+%20Lohde%20&vl%2814779587UI0%29=creator&vl%28287419800UI1%29=all_items&vl%281UIStartWith0%29=exact&fn=search&tab=man_all&mode=Basic&vid=MAN_UB&scp.scps=scope%3a%28MAN_MAB_LFER%29%2cscope%3a%28MAN%29%2cscope%3a%28MAN_ALEPH%29%2cscope%3a%28MAN_NL_ALL%29%2cscope%3a%28MAN_OAI_ZBW%29%2cscope%3a%28MAN_OAI_BIEL%29%2cscope%3a%28MAN_ECO%29%2cscope%3a%28MAN_OLC%29%2cscope%3a%28MAN_SAFARI%29%2cscope%3a%28MAN_INKA%29%2cscope%3a%28MAN_GRUYTER%29%2cscope%3a%28MAN_EBR%29%2cscope%3a%28MAN_WBANK%29%2cprimo_central_multiple_fe), 2006: 232].

**Литература**

1. Гиро-Вебер М. Вид и семантика русского глагола // Вопросы языкознания. 1990, № 2. С. 102–112.
2. Петрухина Е.В. Аспектуальные категории глагола в русском языке в сопоставлении с чешским, словацким, польским и болгарским языками. – М.: Изд-во МГУ, 2000. – 256 с.
3. Eisenberg P. Grundriss der deutschen Grammatik, I: Das Wort. – Stuttgart, 1998. – 489 S.
4. Engerer V. Phasenverben und die Dreigliedrigkeit von Phasenaktionsarten in der Wortbildung// Sprachwissenschaft. – Heidelberg. – 34 (2009). S. 1-30.
5. Erben J. Einführung in die deutsche Wortbildungslehre. – Berlin : Schmidt, 2006. – 182 S.
6. [Lohde](http://vs30.kobv.de/primo_library/libweb/action/search.do?vl%28freeText0%29=Michael+%20Lohde%20&vl%2814779587UI0%29=creator&vl%28287419800UI1%29=all_items&vl%281UIStartWith0%29=exact&fn=search&tab=man_all&mode=Basic&vid=MAN_UB&scp.scps=scope%3a%28MAN_MAB_LFER%29%2cscope%3a%28MAN%29%2cscope%3a%28MAN_ALEPH%29%2cscope%3a%28MAN_NL_ALL%29%2cscope%3a%28MAN_OAI_ZBW%29%2cscope%3a%28MAN_OAI_BIEL%29%2cscope%3a%28MAN_ECO%29%2cscope%3a%28MAN_OLC%29%2cscope%3a%28MAN_SAFARI%29%2cscope%3a%28MAN_INKA%29%2cscope%3a%28MAN_GRUYTER%29%2cscope%3a%28MAN_EBR%29%2cscope%3a%28MAN_WBANK%29%2cprimo_central_multiple_fe) M. Wortbildung des modernen Deutschen: ein Lehr- und Übungsbuch. – Tübingen : Narr, 2006. – 350 S.
7. Steinitz R. Der Status der Kategorie „Aktionsart“ in der Grammatik (oder: Gibt es Aktionsarten im Deutschen?)// Linguistische Studien des Zentralinstituts für Sprachwissenschaft der Akademie der Wissenschaften derDDR.– Reihe A, №76. Berlin ,1981.

Орлова Т.А.

Мордовский государственный университет

**языковая репрезентация образа культурной россии в англоязычных сми**

Семантизация топика России в рамках массмедийного дискурса осуществляется с помощью лексических средств, которые относятся, как правило, к одному семантическому ряду. Так, для создания образа культурной России, чаще всего используется лексика с положительными коннотациями. В современных англоязычных СМИ создается образ России как страны с уникальной, самобытной культурой. Это осуществляется с помощью следующих средств:

1. Употребление лексики, эксплицирующей понятийную область «величие, мощь». Это, в первую очередь, употребление прилагательного «larger-than-life», которое чаще всего встречается в статьях, посвященной русской классической литературе:

«larger-than-life poet Joseph Brodsky» [Bykov];

«It's no surprise to learn that Rosamund Bartlett found the task of «making sense of a man who was truly larger than life» a daunting one» [McDowell];

«When he <Tolstoy> does speak, he conveys superbly that larger-than-life element» [McDowell];

«…the Bolshoi’s brand of ballet – larger-than-life dancers capable of sky-high jumps and space-devouring sweep and willing to sacrifice academic perfection to electrify their audience…» [Herzenhorn].

Автор следующей цитаты старается донести до читателя величие дарования Александра Блока с помощью сравнения:

«Blok was the undisputed leader of Symbolism during the Russian Enlightenment, a Mozart-like genius» [Nelson].

В статье «Tolstoy: A Russian Life, By Rosamund Bartlett» Лесли Макдауэлл пишет: «during his lifetime, Tolstoy's fame echoed around the globe, and thousands of people held him to be their spiritual father». Словосочетания «around the globe» и «thousands of people» характеризуют Л.Н. Толстого как личность мирового масштаба. Такого же эффекта добивается автор предыдущего отрывка, сравнивая А. Блока с известным во всем мире композитором («Mozart-like genius»). Таким образом, если в экономическом и политическом плане Россия воспринимается англоязычными СМИ скорее как «чужой», «другой», то в плане культурном – органично вписывается в мировой контекст.

2. Употребление превосходной степени прилагательных, подчеркивающей неповторимость русской культуры и уникальность ее творцов:

«Marina Tsvetaeva, one of Russia's most remarkable poets of the Silver Age» [Wyneken];

«Blok was the supreme master of that art» [Nelson];

«Russian dancers are the best dancers in the world» [Herzenhorn].

3. Включение тесно связанного с представлением о русской культуре понятия «русская душа». По мнению англоязычных СМИ, именно душа делает русскую культуру особенной. «We're not Russian actors; we don't have that soul», – говорит в интервью молодой американский актер, получивший роль в чеховской пьесе.

В исследованных статьях встречаются словосочетания «great Russian soul», «mystifying Russian soul», «enigmatic Russian soul». Однако существует весьма точное определение этой загадочной материи: «cultural tendency of Russians to describe life and events from a religious and philosophical symbolic perspective».

4. Использование лексических единиц, семантизирующих сферу «роскошь, чрезмерность»:

«Russians do things luxuriously. The love for a luxurious life is deeply rooted in Russians» [http://www.luxemag…];

Эта роскошь, богатство, присущее русской культуре перекликается с «варварством» русских. Но если прилагательное «barbaric», применимое к экономической и политической жизни России, имеет ярко выраженную негативную коннотацию, то в разговоре о русской культуре «barbaric» скорее выражает необычность, уникальность, особенный дух русской культуры:

«barbaric feeling which is predominant in much Russian art» [http://www.talktalk.co.uk…].

Таким образом, формируется образ России как страны с непостижимой, необъятной, уникальной культурой, которую невозможно понять, но невозможно не принимать. Этот факт подтверждается анализом заголовков, в которых чаще всего используются положительные коннотации:

Saving a great poet's Legacy [Wyneken];

Addicted to Russia [Smetanina];

In Awe of Aleksandr Blok [Nelson];

The Joseph Brodsky in my mind [Bykov].

Однако нельзя не отметить и то обстоятельство, что довольно часто факты культуры освещаются в контексте политики. Например, в статье «The truth about Shostakovich in his centenary year» автор, затрагивая сложные периоды жизни Д. Шостаковича и его взаимоотношения с советской властью, пишет: “Dmitry Shostakovich survived Stalin's rule by the skin of his teeth. But is his music really the Soviet propaganda that many people claim? Or is there a deeper, coded critique of the tyranny he endured?”. Автор статьи «How a Banana Tycoon Lured Bolshoi Stars to His Theater» Дэвид Гершенгорн восхищается мастерством и талантом российских артистов, но намекает на их несвободу.

Необходимо подчеркнуть, что такая тенденция прослеживается в большинстве материалов по теме. Англоязычный мир видит Россию страной с богатой культурой, которая однако, развивается скорее «вопреки», нежели «благодаря» общественно-политическому климату.

Англоязычные СМИ пишут о не слишком высоком статусе деятелей искусства в России, противопоставляя их правительству, олигархам, то есть людям, от которых во многом зависит «продвижение» творчества художника. Так, в статье «How a Banana Tycoon Lured Bolshoi Stars to His Theater» Дэвид Гершенгорн называет российских танцоров «the best dancers in the world», «larger-than-life dancers», «shining diamonds» в противовес олигарху, купившему театр – «dilettante», «child with a new toy», «man who knew little about arts».

Творческая несвобода российских деятелей искусства – это последствие несвободы финансовой. Об этом также говорит Селестин Болен, автор статьи о российском оскароносном режиссере Александре Петрове: «…he received no financial support, public or private, in Russia. The film, which took three years to make and cost an extravagant $2.2 million was made in Canada, produced by Productions Pascal Blais, a Montreal company, and sponsored by Japanese backers»[ Bohlen].

Автор называет А. Петрова «a prophet without honor in his own land» [Bohlen]. В данной статье нарисован образ представителя русского искусства – человека подавленного и невеселого:

«a soft-spoken man» [Bohlen];

«his hopes, like his complaints, are low-key»[ Bohlen];

«tiny studio» [Bohlen].

Однако образ этот противопоставлен тому факту, что этот скромный человек – «national hero» [Bohlen].

Образ талантливого человека, угнетенного обстоятельствами, непризнанного и недооцененного, присутствует также в статье «A Russian fairytale ends», посвященной смерти детского писателя Сергея Иванова: «After reading a few of Kozlov's fairytales that I had translated, my husband asked me whether he is as acclaimed in Russia as, say, UK children's favorites like Milne or Kenneth Grahame. I had to admit that he isn't»[ Godunova].

В статье «Putin’s Last Realm to Conquer: Russian culture» автор освещает еще одну проблему российской действительности. В тексте говорится о том, что российский министр культуры запретил к показу в Париже выставку современного русского искусства. Это подтолкнуло автора к размышлениям о номинальности понятия свободы творчества, существующей в России:

«Theoretically, so long as the center of the power remains unaffected, anything is allowed» [Kimmelman];

«Russian art is ironical. And that’s what both this government and church don’t like» [Kimmelman];

«…government’s starting to encroach on artistic freedom the way it has taken on other aspects of society» [Kimmelman].

Таким образом, принимая Россию культурную, западный мир, тем не менее, отвергает политическую стратегию страны. В статьях, освещающих русскую культуру в контексте политики, создается образ государства, стесняющего свободу жизни и творчества. К основным лексико-семантическим средствам создания образа культурной России в англоязычных СМИ можно отнести, во-первых, употребление лексики, эксплицирующей понятийную область «величие, мощь»; во-вторых, употребление превосходной степени прилагательных, подчеркивающей неповторимость русской культуры и уникальность ее творцов; в-третьих, включение тесно связанного с представлением о русской культуре понятия «русская душа»; в-четвертых, использование лексических единиц, семантизирующих сферу «роскошь, чрезмерность».

**Литература**

1. Dmitry Bykov, The Joseph Brodsky in my mind, The Washington Post, March 22, 2010.
2. Lesley McDowell, Tolstoy: A Russian Life, By Rosamund Bartlett, The Independent, November 27, 2011.
3. David M. Herzenhorn, How a Banana Tycoon Lured Bolshoi Stars to His Theater, The New York Times, November 20, 2011.
4. Craig Nelson, In Awe of Aleksandr Blok, The Wahington Post, October 19, 2010.
5. Ruth Wyneken, Saving a great poet's Legacy, The Washington Post, November 8, 2011.
6. <http://www.luxemag.org/style/russian-fashion.html>.
7. <http://www.talktalk.co.uk/reference/encyclopaedia/hutchinson/m0013722.html>.
8. Svetlana Smetanina, Addicted to Russia, The Washington Post, April 5, 2011.
9. Celestine Bohlen, Pride Projected on the Big Screen; Filmmaker's Oscar Becomes a Victory for Russian Culture, The New York Times, May 10, 2000.
10. Ekaterina Godunova, A Russian fairytale ends, The Washington Post, January 27, 2010.
11. Michael Kimmelman, Putin’s Last Realm to Conquer: Russian Culture, The New York Times, December 1, 2007.

Павлова Ю.В.

Пятигорский государственный лингвистический университет

**ОБУЧЕНИЕ ИНТЕРПРЕТАЦИИ АУТЕНТИЧНОГО ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ТЕКСТА В ПРЕПОДАВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА**

В современном мире владение иностранным языком невозможно в отрыве от знания культуры и реалий жизни того народа, чей язык мы изучаем. Газетная / журнальная статья является неотъемлемой частью культуры, предоставляя нам фоновые знания о политических и экономических явлениях, социальных тенденциях в мире и стране изучаемого языка. По мнению В.Г. Костомарова, «без материалов, извлеченных из газет, сейчас становится всё более невозможным изучение языка в целом, определение его общих норм и актуальных стилистических разветвлений» [Костомаров, 1971: 10]. Через понимание смысла газетных и журнальных публикаций изучающие язык могут прийти к терпимости и постижению особенностей не только языка, но и жизни, культуры, менталитета того или иного общества. Иными словами, публицистические материалы, знакомящие нас с особенностями культуры, стереотипами поведения, процессами, происходящими в обществе, могут быть использованы в качестве превосходного дидактического материала для работы над развитием коммуникативных навыков и формирования лингвосоциокультурной компетенции.

Интерпретация текста газетной / журнальной статьи представляет собой сложный креативный процесс: постижение ее целостного смысла, истолкование ее содержания. Это может быть объяснение общественного значения события, причин и мотивов поступков людей или групп людей, обобщенный вывод о прочитанном, мнение интерпретирующего о теме и идее сообщения.

Выполнение столь сложной задачи предполагает, во-первых, достижение студентами определенного уровня филологического знания (высокий уровень владения языком, навыки стилистического анализа текста и пр.), во-вторых, осведомленность о современной политической и социально-экономической ситуации в мире и о культурных реалиях того или иного общества.

Для адекватной интерпретации публицистического текста необходимо обратить внимание студентов и на его основные языково-стилистические особенности, выразительные ресурсы (тропы, риторические фигуры, многообразные лексические (профессионализмы, неологизмы и окказионализмы, оценочные слова, заимствования и пр.) и грамматические средства).

Начальный этап интерпретации может проходить в форме «вступительного слова», где происходит презентация проблемы, затрагиваемой в статье. Не раскрывая содержания текста, студент кратко рассказывает о его проблематике, даёт лаконичную оценку фактам, описываемым в тексте с профессиональной точки зрения.

Далее предполагается работа с заголовком статьи. Человек в первую очередь воспринимает текст через его заглавие, часто привлекающее и заостряющее внимание читателя и поддерживающее его интерес на всё время чтения текста. Уже в заголовке автор статьи может сообщать определенную информацию и выражать свою оценку событиям, анализируемым в статье, то есть можно сказать что заголовок, как и сама статья, выполняет как минимум две функции – информативную и экспрессивную.

В процессе интерпретации газетного текста необходимо обратить внимание на наличие в нём следующих типов информации, которые студент должен уметь увидеть и обозначить в своем анализе публицистической статьи: 1) фактуальная информация (выражаемая автором эксплицитно); 2) имплицитно выраженная информация (информация, читаемая «между строк»); 3) концептуальная информация (отображение картины мира автора, актуализируемой в статье или цикле статей).

На данном этапе формируется и развивается умение студента извлекать, воспринимать и анализировать различную лингвистическую (лексическую, грамматическую и стилистическую) и экстралингвистическую информацию (анализ идейно-тематического содержания), заложенную в публицистическом тексте. При этом должен происходить анализ взаимодействия формы и содержания текста.

Студенты должны четко осознавать и учитывать при анализе статьи тот факт, что «выбор способа представления информации и языковых средств его реализации обусловлен прагматической установкой автора, который имеет целью с помощью текста оказать влияние на читателя, на его мнение. Кроме того, автор находится в определенной коммуникативной ситуации, вследствие чего прагматическая установка, руководствуясь которой он создает текст, формируется в контексте общекультурной, политической ситуации, сложившейся на данный момент в обществе» [www.confcontact.com].

Естественно, истолковывать содержание статьи студент будет исходя из собственного опыта и знаний, возникающих ассоциаций, психологических реакций, личностных проекций, профессионального опыта. При этом важно, чтобы информативность текста при интерпретации не была утрачена. Поэтому здесь необходимо привлечь всю группу студентов к активному слушанию, а иногда и к дискуссии.

Отметим, что правильному пониманию и интерпретации текста может препятствовать незнание политико-экономической обстановки, культурных реалий, профессиональных терминов, национальных особенностей менталитета и мировоззрения людей, находящихся в центре описываемых событий. Тут необходимо мотивировать студентов к поиску необходимой лингвосоциокультурной информации.

Схема работы с лексическими единицами, отражающими профессиональные реалии, может быть следующая: *фрагмент публицистического текста → профессионально значимая реалия / концепт → реальные коммуникативные потребности*. Работая по данной схеме, студент получает возможность осваивать вербализированную часть концептосферы профессионалов в определённой области, расширять семантическое пространство их профессионального, специального лексикона и использовать освоенный лексикон в повседневном профессиональном общении.

В качестве примера работы с публицистическим текстом приведём один из способов использования части статьи из журнала Newsweek – “Worst Travel Scams”, посвященной способам мошенничества в туристической индустрии. Данный текст может быть использован на занятиях со студентами, специализирующимися в сфере международного туризма. Использование этой статьи не только позволяет расширить лексикон будущих менеджеров в сфере туристического бизнеса, но и дает возможность повысить их межкультурную компетенцию, развивать толерантность к другим культурам:

One minute you're lounging on the beach in Cancún, engrossed in a page turner. The next, a timeshare saleswoman is plying you with free frozen margaritas and inviting you to a brief presentation. You'd be surprised by how many tourists fall for this scam, and they fall hard. It isn't unusual to leave Mexico tens of thousands of dollars lighter, owning a timeshare that's basically unusable. And getting a refund is all but impossible, since these condos are technically—but barely—legal. Solution? Just say no to their come-ons, and if you're in the market for a timeshare, do your research first and don't buy under the influence. Remember, in Mexico, you have five business days to cancel the contract, but keep in mind that these shady timeshares are offered everywhere [http://www.thedailybeast.com/newsweek].

В данном небольшом по объёму отрывке, студент сталкивается с актуальными для него профессионально значимыми лексическими единицами: timeshare (‘*a holiday home that you buy with other people so that you can each spend a period of time there every year, or when you arrange to do this’*), refund (‘*an amount of money that is given back to you if you are not satisfied with the goods or services that you have paid for’*), condo (‘*one apartment in a building with several apartments, each of which is owned by the people living in it’*), cancel (the contract) (‘*to end an agreement or arrangement that you have with someone*’) [www.ldoceonline.com]. Послетекстовая работа позволит активировать использование данных единиц, способствуя построению базового иноязычного профессионального лексикона специалиста в сфере туризма.

Таким образом, эта учебная деятельность становится одним их аспектов формирования у студентов умений и навыков работать с оригинальными англоязычными текстами в профессиональной сфере.

Широкий спектр проблем, затрагиваемых в газетных и журнальных статьях, позволяет использовать их как прекрасный оригинальный материал при языковой подготовке специалистов различных профессий к практической деятельности, развивая их лингвистическую, социолингвистическую, социо-культурную и социальную компетенции. Кроме того, тематически удачно подобранные разнообразные аутентичные публицистические статьи, актуальные и релевантные для студентов, повышают мотивацию студентов, осваивающих иностранный язык для профессиональной коммуникации, побуждая их самостоятельного искать актуальную информации и обрабатывать её.

**Литература**

1. Костомаров В.Г. «Русский язык на газетной полосе» [Текст] / В.Г. Костомаров. – М.: МГУ, 1971.
2. Коваленко В.М., Бердник Н.С. Прагматическая направленность информации в газетном тексте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.confcontact.com/Okt/22\_Kovalenko.htm](http://www.confcontact.com/Okt/22_Kovalenko.htm).
3. Worst Travel Scams [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.thedailybeast.com/newsweek/2011/11/06/christopher-elliott-on-the-10-worst-travel-scams.item-2.html>.
4. Longman Dictionary of Contemporary English [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ldoceonline.com/.

Пономаренко Е.В.

Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России

**ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ПРИЕМА СИГНАЛОВ-ФИГУР ДЛЯ РАЗВИТИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ**

Необходимость развивать коммуникативную компетенцию будущих бизнесменов, политиков, управленцев и других специалистов стоит в ряду приоритетных задач не только языкового, но и в целом профессионального образования. Без достаточно высокого уровня таких умений и навыков даже профессионально подготовленный человек может оказаться в невыгодных для себя и для своей организации условиях при решении задач, требующих осуществлять взаимодействие с партнером (любого ранга). Современный подход к обучению иностранным языкам основан на понимании того, что коммуникативная компетенция – ведущая и стержневая – лежит в основе развития всех других компетенций (информационной, социокультурной, социально-политической, готовности к образованию и саморазвитию). Отсюда делается вывод: развитие коммуникативных умений в устной и письменной речи должно рассматриваться не просто как цель, но как средство успешного овладения любыми предметными и над/межпредметными знаниями и умениями [Соловова, 2008].

Особое место в процессе развития коммуникативной компетенции отводится способности говорящего или пишущего эффективно воздействовать на картину мира адресата, поскольку в различных жанрах межкультурного делового дискурса выделяется два главных направления коммуникации – изложение фактов и изложение мнений [Малюга, 2008]. Причем «изложение мнений» подразумевает не столько обычный информационный обмен, сколько стремление донести определенное мнение до адресата таким образом, чтобы он воспринял выраженную точку зрения как убедительную и заслуживающую поддержки. Поэтому приемы и методы повышения коммуникативной эффективности речи студентов стоят в центре внимания преподавателей иностранных языков.

Одним из таких приемов является включение в дискурс так называемых «сигналов», точечно воздействующих на сознание человека. Существующее в психологии представление о «*сигналах-фигурах*» состоит в том, что сигнал(-ы), имеющий(-е) для нас какую-то важность, воспринимается как «фигура, выступающая на некотором фоне» [Чернышова, 2008: 101], а сам фон кажется гораздо менее отчетливым. Это относится в первую очередь к зрительному, слуховому и другим видам чувственного восприятия. Например, человек может «отключиться» от происходящих рядом с ним событий и разговоров и не откликаться, сосредоточившись на своих размышлениях, чтении, просмотре или прослушивании передачи, записи и т.п. Но если кто-то, даже не обращаясь к нему, произносит его имя, сознание мгновенно улавливает этот сигнал, выделяя его на фоне остального потока речи, и человек реагирует на него.

В речевом общении – как устном, так и письменном – принцип сигнала-фигуры реализуется весьма эффективно. Для того, чтобы добиться желаемой реакции партнера, в дискурс включаются единицы, потенциально значимые для этого человека и способные затронуть те участки его сознания, в которых родится нужный отклик. Причем результативность использования таких единиц повышается благодаря их системному структурированию в тексте, создающему эффект функциональной синергийности – согласованного комплексного функционирования. Примерами использования описанного приема изобилует английский деловой дискурс любых жанров.

Так, статья в британской газете The Economist о витке инфляции в Великобритании *Mervin Writes That Letter* (21-27 апреля 2007 г.) начинается словами:

John Maynard Keynes thought it would be splendid if economists could gain a reputation as humble, competent people – like dentists. In a similar spirit Mervin King, the governor of the Bank of England, has long entertained the modest aspiration of making British monetary policy boring. After this week’s thrills and spills, achieving his ambition remains as distant as realizing Keynes’s vision.

Здесь со всей очевидностью формируется ироничная риторика, хотя мы не находим фраз, откровенно высмеивающих положение дел для руководителя Банка Англии. Ирония автора порождается сочетанием тех самых «сигналов-фигур», которые в комплексе влияют на восприятие ситуации читателем и просматриваются на разных уровнях структурно-смысловой организации текста.

Это происходит как при помощи лексических средств (сравнение economists… like dentists*,* использование выраженияmodest aspiration применительно к такой объемной задаче, как making monetary policy boring*,* а Keynes’s vision к описанию заветной мечты знаменитого экономиста), так и при помощи других средств – например, фонетических (thrills and spills, remains as distant as realizing с повторяющимися сочетаниями звуков, дублирующими эффект фонетического воздействия), синтаксического параллелизма (те же выражения economists… like dentists, as distant as realizing), семантического параллелизма (in a similar spirit, aspiration – ambition, Keynes thought it would be splendid – Keynes’s vision) и общей системно формируемой прагматикой разочарования и неверия в скорое улучшение неутешительного положения дел (несмотря на long entertained aspiration).

Таким образом, иронично-критическая характеристика описываемой ситуации имплицитно формируется при помощи перечисленных разноуровневых языковых средств, функционирующих как сигналы-фигуры.

Один из ведущих специалистов в области создания рекламы и брэндов Д. Огилви приводит список слов и выражений, употребление которых, по его утверждению, производит магическое действие на клиентов и существенно повышает эффективность рекламы, в том числе: suddenly, now, to present, to inform, just arrived, free, novelty, improvement, stunning, revolutionary, amazing, wonder, offer, light, required, challenge, advise, true, last chanceи т.д. [Огилви, 2007].

Рекомендации Д. Огилви оказались небесполезными при работе над кейс-анализом, подготовленном в рамках курса “In Company Case Studies” (авторы Джон Эллисон и Марк Пауэлл). По условиям заданной ситуации итальянская парфюмерная компания «Оравия», специализировавшаяся на выпуске духов, открыла новую линию бизнеса – производство шампуня и его импорт. Обнаружившийся через некоторое время низкий уровень качества нового продукта заставил руководство фирмы искать варианты урегулирования проблемы, так как в средствах массовой информации и общественных организациях поднялась волна негодования. Предлагаемые в учебнике способы улаживания конфликта были достаточно резонными, но не имели полноценного риторического обоснования. Поиски решения в такой ситуации, по признанию самих студентов, были очень полезным и своеобразным риторическим опытом.

После кропотливой предварительной проработки различных вариантов развертывания ответной кампании по защите репутации фирмы было решено при проведении целого комплекса пиар-акций создать вокруг имени «Оравии» объемное функциональное пространство безупречной репутации, представить ее как исключительно честного игрока, пострадавшего из-за нескольких сотрудников, которые хотя и были добросовестными, оказались не на уровне только в данном конкретном случае (и то по уважительным причинам). Параллельно развивались еще две линии защиты – переключение внимания потребителей на новую версию товаров популярных брэндов фирмы и проведение благотворительных мероприятий для обездоленных детей.

Следуя советам опытного специалиста Д. Огилви, студенты умеренно насыщали все свои презентации, интервью, публикуемые материалы, переговорный процесс и т.д. рекомендованными им единицами и, комбинируя основные выбранные стратегии (самопрезентации, уклонения, переключения внимания, выдвижения) разыгрывали ситуации бизнес-общения в разных регистрах. Использование сигналов-фигур в соответствующем контексте было предварительно продумано с той целью, чтобы «сложение» вполне обычных смыслов дало оптимальный общий эффект функциональной нагрузки дискурса сверх простой суммы смыслов.

Подобные комбинации смысловых и структурных средств помогают выстроить функционально эффективный дискурс, полностью направленный к реализации коммуникативной цели – убедить инвесторов в привлекательности проекта, достичь обоюдоприемлемых решений при проведении переговоров с партнерами, снизить накал борьбы с конкурентами, организовать контроль над деятельностью сотрудников, представить свою компанию или организацию в наиболее выигрышном свете и т.д. Коммуникативную компетентность студентов можно считать достаточно сформированной, когда у них развивается речевая способность оптимально распределять функционально значимые единицы-сигналы в дискурсе, удачно подбирать синонимичные ряды, настойчиво, но при этом не слишком навязчиво продвигать ту или иную идею, добиваясь благоприятного исхода решаемой ими профессиональной задачи.

Еще в 1937 г. Дейл Карнеги в знаменитой книге *How to Win Friends and Influence People* цитировал Джона Рокфеллера, который считал умение эффективно взаимодействовать с людьми “as purchasable a commodity as sugar or coffee” и был готов платить за это умение больше, чем за любое другое [Carnegie, 2005: 9].

Лингвистический анализ текстов, дающих образцы профессионально ориентированного дискурса, можно сказать, по определению способствует развитию аналитических и коммуникационных компетенций обучаемых. Практика проведения такого анализа на занятиях по деловой коммуникации подтвердила, что когда студенты достаточно внимательно рассмотрели взаимодействие различных сигналов-фигур – как системных и закономерных аспектов функциональной нагрузки, так и вкраплений не совсем закономерных, на первый взгляд, хаотизирующих оригинальных элементов, и то, как этот комплексно формируемый смысл оформлен языковыми средствами, они, во-первых, действительно начали сами лучше видеть, какими способами можно создавать желаемый прагматический эффект; во-вторых, некоторые из них вполне преуспели в развитии этого навыка, когда делали свои презентации или участвовали в деловых играх; в-третьих, у них появляется лингвистическое чутье на те элементы дискурса, которые использует партнер или оппонент при попытке воздействовать на их собственное мнение, и это помогает им более объективно оценивать как его речевое поведение, так и сложившуюся ситуацию в целом.

Таким образом, использование приема сигналов-фигур можно рекомендовать как эффективный способ повышения коммуникативной компетентности будущих специалистов любых сфер деятельности.

**Литература**

1. Малюга, Е.Н. Функциональная прагматика межкультурной деловой коммуникации [Текст]/ Е.Н. Малюга. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2008.
2. Огилви Д. Откровения рекламного агента. – М.: Эксмо, 2007.
3. Соловова, Е.Н. Методика обучения иностранным языкам: продвинутый курс: пособие для студентов пед. вузов и учителей [Текст]/ Е.Н. Соловова. – М.: АСТ : Астрель, 2008.
4. Чернышова, Л.И. Деловое общение: Учебное пособие для студентов вузов [Текст]/ Л.И. Чернышова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
5. Allison J., Powell M. **In Company Case Studies. – Oxford: Macmillan, 2005.**
6. The Economist. – vol. 383. – № 8525. – April 21st-27th 2007.
7. Carnegie D. How to Win Friends and Influence People [Текст]/ D. Carnegie. – СПб.: КАРО, 2005.

# Потеряхина И.Н.

# Пятигорский государственный

# лингвистический университет

# Экологические проблемы языка в современной лингвистике

Эколингвистика – это одно из молодых перспективных научных направлений языкознания, сформировавшееся на стыке социального, психологического и философского направлений в лингвистике.

Эколингвистика как научное направление, объединяющее экологию и лингвистику, изучает взаимодействие между языком, человеком как языковой личностью и его окружающей средой, представляющее собой как влияние внешней среды через человека и социум на язык, так и влияние языка на нравственный и духовный уровень общества. Язык при этом рассматривается как неотъемлемый компонент цепи взаимоотношений между человеком, обществом и природой. Функционирование и развитие языка представляется как экосистема, а окружающий мир – как языковой концепт.

Впервые понятия «экология» и «язык» объединил американский лингвист Э. Хауген, автор доклада «Экология языка», в 1970 г. применивший понятие экологии к языку. Экологией языка ученый называет науку о взаимоотношениях между языком и его окружением, где под окружением языка он понимает общество, использующее язык как один из своих кодов. По мнению Э. Хаугена, язык существует только в сознании говорящих на нём и функционирует только при взаимоотношениях с другими говорящими и с их социальным и естественным (природным) окружением. При этом экология языка имеет частично физиологическую природу (то есть взаимодействие с другими языками в сознании говорящего), частично социальную (то есть взаимодействие с обществом, в котором язык используется как средство коммуникации).

Последние десятилетия эколингвистика бурно развивалась в разных направлениях, сосредоточенных вокруг двух основных, принципиально разных разделов:

* экологическая лингвистика, переносящая экологические термины, принципы и методы исследования на язык и языкознание (Э. Хауген, У. Маккей, А. Филл, А.П. Сковородников);
* языковая (лингвистическая) экология, изучающую отражение экологических вопросов в лингвистике, использующую лингвистические термины методы, исследующую роль языка в описании проблем окружающей природы (М. Халлидай, П. Мюльхойслер, М. Деринг).

Согласно В.Ф. Нечипоренко еще одним компонентом эколингвистики является биолингвистика, под которой он понимает науку о взаимосвязях материального и духовного начал в человеке, целью которой является познание биологических и социальных основ функционирования памяти, мышления и языка и речи.

В экологической лингвистике в свою очередь можно выделить

«экологию языка (языков)», как раздел занимающийся исследованием взаимодействия между языками (с целью сохранения языкового многообразия) и «экологическую лингвистику» - раздел, изучающий перенос терминов и принципов экологии на язык (например, понятие экосистемы).

В рамках экологической лингвистики можно говорить о двух уровнях деятельности данного направления:

* макроэколингвистика, сосредотачивающая свое внимание на вопросах региональной, общественной, государственной, мировой значимости; к проблемам макроэколингвистики относятся языковые конфликты, языковая политика, языковой планирование, языковой геноцид и т.д.;
* микроэколингвистика, занимающаяся исследованием языковых и речевых фактов с точки зрения эколингвистики, с привлечением социолингвистики, психолингвистики, социокультурной антропологии.

В российской науке именно экологическая лингвистика получила большее развитие, однако термины эколингвистика, экология языка, экологическая лингвистика и лингвоэкология часто встречаются как взаимозаменяемые термины, обозначая эколингвистику в целом.

В ряде работ затрагиваются проблемы, связанные с экологической деятельностью (В.В. Иваницкий, А.П. Сковородников и др.), экологическим сознанием/мышлением (B.C. Полянский и др.), экологической культурой (Р.Г Яновский, Л.И. Скворцов и др.), экологическим образованием (О.М. Васильева и др.). Рассматривалось влияние экологических тенденций на осуществление коммуникационных связей в этнонациональной среде современного российского общества (Е.К. Хелимский, Р.Н. Мусина). В рамках эколингвистики изучаются такие производные понятия, как лингвоэкологическая деятельность, лингвоэкологическое мышление, лингвоэкологическая культура, лингвоэкологическое образование, лингвоэкологическая коммуникация и многие другие.

Лингвоэкологическая деятельность и лингвоэкологическое поведение в сфере лингвокоммуникации чаще всего истолковываются как формы социальной деятельности и поведения. При этом лингвоэкологическая деятельность считается разновидностью социальной деятельности в процессе речевого творчества, направленной на формирование духовно-нравственных качеств индивида и решение актуальных этноязыковых проблем.

Лингвоэкомышление – это практика человеческого познания, контролирующая и направляющая работу ума, ориентированная на формирование подлинно нравственных ценностей и идеалов личности.

Лингвоэкологическая культура (лингвоэкокулътура) – это практика совершенствования речевого общения граждан в условиях трансформирующегося общества.

Лингвоэкологическая модель системы образования предполагает практику внедрения лучших педагогических, инновационных идей и опыта по всем аспектам речетворческой деятельности в педагогический процесс.

Лингвоэкологическая коммуникация – это практика совершенствования коммуникативной деятельности в процессе духовно-нравственного становления личности.

Лингвоэкоэтносознание – это практика усвоения всеми членами данной этнической общности языка и национальных традиций своего этноса в процессе духовно-нравственного становления личности.

Влияние данных компонентов на языковое поведение становится настолько очевидным, что некоторые авторы вводят новое понятие - «лингвоэкологическое поведение».

Лингвоэкологическое поведение следует рассматривать как комплекс человеческих поступков, объединенных лингвоэкологическим процессом. Лингвоэкологическое поведение - это одна из разновидностей социального взаимодействия людей как внешне наблюдаемой системы языковых действий, ценностных ориентаций, мотивов, поведенческих норм и ролей, а также психофизических характеристик, направленных на формирование духовно-нравственных побуждений личности и реализуемых в процессе реформирования деятельности социальных институтов.

Несмотря на то, что современные лингвоэкологические исследования характеризуются широким охватом целей и тематик –

таких, как дисфункция языка и языкового поведения, коррекция языкового поведения, сленгирование речи, использование инвективной (ненормативной) лексики и др., малоизученной остается проблема влияния лингвоэкологической деятельности, лингвоэкологической культуры, лингвоэкологическиих коммуникаций, лингвоэкоэтнонационального сознания на соответствующие аспекты языкового поведения. Исследования в данной сфере носят в большей степени социоэкологический или исключительно лингвистический характер.

В зависимости от направленности образа взаимодействия языков в лингвоэкологии в настоящее время представляется возможным говорить о трех аспектах.

Интерлингвальный аспект эколингвистики – и связан с многоязычием как средой обитания отдельного этнического языка и с проблемой исчезновения языков, а значит, и с уменьшением лингвистического разнообразия на Земле. Все языки мира образуют своего рода сверхсистему, включающую потенциал и универсальные принципы организации любого языка. Каждый язык – хранитель и общечеловеческого исторического опыта, и уникальной национальной культуры. Этим обусловлена непреходящая культурно-историческая ценность каждого языка и, одновременно, историческая миссия лингвистов: описать, зафиксировать для исторической памяти человечества каждый язык, сколь немногочисленны ни были бы его носители, сколь далеко от современности ни отстояло бы время, когда этот язык служил средством коммуникации. Подобно «красным книгам» флоры и фауны, появились «красные книги» языков.

Интралингвальный аспект – связанный с культурой речи, стилистикой, риторикой и включающий исследования нарушений правильности, ясности, логичности, выразительности и других коммуникативных свойств речи. Результаты этих исследований обобщаются и развиваются в работах А.П. Сковородникова. В конечном счете, это усилия лингвистов целенаправленно повлиять на снятие или ослабление негативных тенденций в использовании языка. Цель этих усилий - предотвратить регресс языка в плане обеднения его выразительных ресурсов.

Третий аспект лингвоэкологии можно назвать транслингвальным. Он связан с использованием единиц, средств, реалий одного языка, одной культуры в контексте и средствами иного языка, принадлежащего другой культуре. Место приложения этого аспекта - художественная литература, фольклор, публицистика. Это - цитирование иноязычных микротекстов, практика перевода с одного языка на другой. Первостепенная важность диалога культур для сохранения человечества нашла отражение и в принципах современной дидактики, и в методике обучения иностранным языкам. Пристального внимания в плане транслингвальной экологии требуют также заимствования и в плане засорения языка-реципиента, и в плане искажения языка-донора.

Среди наиболее перспективных направлений эколингвистических исследований современные исследователи выделяют следующие: лингвистическое разнообразие (причины, формы, функции и последствия); исчезающие языки (спасение малых и исчезающих языков); соотношение между биологическим и лингвистическим/культурным многообразием; эко-критическое направление: поиск экологичных и неэкологичных элементов языковой структуры (грамматика); эко-критический дискурсивный анализ: тексты, затрагивающие проблемы окружающей среды; идеологии (антропоцентризм и др.) в дискурсе; обучение эко-грамотности (знания о всеобщей взаимосвязи в мире).

Ввиду частичной сформированности предметной области лингвоэкологии, достаточно разветвленного понятийно-терминологического аппарата, постоянного расширения диапазона исследуемых проблем, А.П. Сковородников ставит вопрос о возможности выделения лингвоэкологии как отдельной дисциплины и приходит к выводу о том, что лингвоэкология начинает приобретать статус лингвистической дисциплины. Появление такого направления языкознания как эколингвистика и большое количество его аспектов и подразделов является свидетельством перехода лингвистики из науки, описывающей проблемы, в деятельностную науку, призванную решать проблемы сохранения лингвистического разнообразия, а значит, эколингвистика нуждается в разработке специальной методологии, что является одним из основных вопросов молодой развивающейся отрасли языкознания.

**Литература**

1. Haugen, Е. The ecology of language: Essays by E. Haugen / E. Haugen / Stanford, CA: Stanford University Press / Originally published in W. Bright (Ed.).1966. – P. 159-190.
2. Иваницкий, В.В. Лингвоэкология и «Дом бытия» / В.В. Иваницкий // Социальные варианты языка: материалы междунар. науч. конф., 25-26 апр. 2002 г., Нижний Новгород / Нижегор. гос. лингв, ун-т им. Н.А. Добролюбова. Филол. фак. / - Н.Новгород, 2002. - 280 с.
3. Сковородников А.П. Лингвистическая экология: проблемы становления [Текст] /А.П. Сковородников // Филологические науки: Выпуск 6, - М.: Высшая школа, 1996. – С. 5-9.

Sibul Victoriya

People’s Friendship University of Russia

**Categorization studies in linguistics**

Categorization is about organizing the world. Objects can be organized and classified together because they share taxonomic categories or because they share thematic relations. Taxonomic categorization (or category-based classification) is made on the basis of similarity of attributes, such as similarities in perceptual properties among objects, whereas thematic categorization (or relationship-based classification) is made on the basis of causal, spatial, and temporal relationships among objects [Markman& Hutchinson, 1984].

According to Vygotsky [1996], language plays an essential role in cognitive development, at least from the time the child has attained a certain level of language competence. Language, first developed as a means of social communication, is later internalized and becomes a crucial tool in the shaping of cognitive processes relevant for the elaboration of the abstract symbolic system that will enable the child to organize thought.

Recent studies conducted by Boroditsky [2001] have shown that different ways of talking about time in English (as if it were horizontal) and in Mandarin (as if it were vertical) correspond to differences in how English and Mandarin speakers think about time, for both online and long-term processing. For example, Mandarin speakers’ judgment that March comes earlier than April was facilitated after they saw a vertical array of objects, whereas English speakers’ judgment was facilitated after they saw a horizontal array.

Language serves as an organizer of knowledge [Hamers& Blanc, 2000], and there is reason to believe that aspects of language influence categorization. For example, Markman and Hutchinson [1984] showed that hearing a noun caused (American) children to shift their attention from thematic to taxonomic organization. They suggested that language may “play a direct role in making categorical relations a salient and highly structured mode of organization” [p. 25].

The relationship between culture, language, and cognition has been debated in anthropology, philosophy, linguistics, and psychology. The famous Sapir–Whorf linguistic relativity hypothesis has been the centre of a heated debate. The main theme is that culture, through language, influences people’s thinking. Whorf [1956] believed that linguistic patterns (such as grammars) indifferent languages have impact on people’s habitual thinking. According to Whorf, the differences in linguistic structure between languages are reflected in habitual thought and habitual behavior. Certain properties of a given language affect the way people perceive and remember. Whorf also believed that culture and language are not separable. Logan (1986) offered the provocative proposal that language can be used to account for cultural differences in reasoning styles. He argued that “learning how to read and write with the alphabet has brought us more than literacy and a model for classification. It has provided us with a conceptual framework for analysis and has restructured our perceptions of reality” [p. 18].

The phonetic alphabet, Logan argued, is believed to have provided a ground for abstract, logical, and systematic thought, which helps to explain why science started in the West but not in the East, even though Chinese technology surpassed that of the West from ancient times until at least the 16th century. The absence of Western style abstractions and classification schemes in Chinese culture is related to the differences in writing systems. The Chinese writing system is based on drawn, concrete characters and reflects itself throughout Chinese thought, discouraging the development of the abstract notions of codified law, abstract science, and deductive logic, which are prerequisite for the development of science. If Logan was correct, then the difference between the alphabetic English language and the non alphabetic Chinese language would be an important factor producing differences between Americans and Chinese in reasoning styles, including categorization preferences.

In cross-cultural research, participants are often tested in their native language. The testing materials may be developed in one language (usually in English) and then translated into participants’ native language. In this process, called back-translation, the effect of the testing language tends to be ignored or treated as random error. Differences found between participants from different countries, speaking different languages, are generally attributed to cultural backgrounds. An inherent problem with this practice, however, is that the language used in testing is confounded with cultural effects, and it is not clear whether any differences found between groups are due to differences in cultural beliefs, norms or values, or the language of testing. This article provides what we believe to be the first attempt to separate language effects from cultural effects in cognition. In this article, language refers to the language of testing, and culture is defined as shared values, beliefs, and norms among a group of people, who most often speak the same language and live in proximity to each other. Specifically, culture is operationalized as participants’ ethnic cultural background. There are two major reasons for the ubiquitous practice of back-translation. One is that researchers assume that the testing materials, even though in different languages, are equivalent. Another is that researchers believe that culture and language are interconnected, and it is almost impossible to separate the two. In fact, however, back-translation does not guarantee equivalence across two languages, because one word in Language A may correspond to multiple words with slightly different connotations in Language B. For example, oil in English can be translated into different Russian words:нефть(1), растительное масло (2) They suggest that the same language, whenever possible, should be used to assess cognitions and behaviors among different cultural groups. However, even the same words can invoke quite different thoughts from two people speaking the same language because of their different life experiences and cultural backgrounds. Thus, cross-cultural researchers are presented with a dilemma: What language should be used in testing? It is still controversial question for the researchers.

**Literature**

1. Boroditsky, L. (2001). Does language shape thought?: Mandarin and English speakers’ conception of time. Cognitive Psychology, 43, 1–22.
2. Hamers, J. F., & Blanc, M. H. A. (2000). Bilinguality and bilingualism (2nd ed.). Cambridge, England: Cambridge University Press.
3. Markman, E., & Hutchinson, J. (1984). Children’s sensitivity to constraints on word meaning: Taxonomic versus thematic relations. Cognitive Psychology, 16, 1–27.
4. Logan, R. F. (1986). The alphabet effect. New York: Morrow.
5. Whorf, B. L.(1999). Correlation between norms of thinking and language// Foreign linguistics. Issue 1.- Moscow
6. Vygotsky, L. S. (1996). Thought and language.Labirint. Moscow

Смоленцева М.В.

Марийский государственный технический университет

**Фонация как средство передачи эмоционального состояния любви в песенном дискурсе на материале разноструктурных языков (русского, немецкого и марийского)**

Существуют такие речевые ситуации, когда свою речь мы не сопровождаем движениями головы и жестами (например, ведем диалог, не отрываясь от какого-либо важного дела). Тогда вступает в действие параязык 1 – интонация. Ведь параязык делится на два больших вида: кинесику и фонацию.

Кинесика (от греческого kinesis – движение) – раздел науки, изучающий телодвижения (жесты, мимику, движения), соответствующие определенным интонационным моделям, словесным оборотам.

Фонация изучает интонации живой речи, которые рассматриваются как "дополнительный паралингвистическии канал связи" в речевом взаимодействии: интонациям соответствуют определенные жесты, мимика, движения, позы. Поэтому мы и говорим: "Интонация - это жест; жест – это интонация".

Именно она всегда считалась важнейшей приметой звучащей, устной речи, средством уточнения его коммуникативного смысла и эмоциональных оттенков.

Под **интонацией** понимаются все явления, которые связаны с голосом и не требуют концентрации нашего внимания на содержании сказанного. Это интонация как таковая, мелодия речи, наличие и длительность пауз, громкость голоса, ритм речи и т.п. Под интонацией мы понимаем также звуки несловесного содержания, например пощелкивание языком, вздохи, постанывания, молчание и т.п..

Номинации, которые используются для обозначения паралингвизмов, представляют собой уникальный источник информации об общечеловеческих представлениях об эмоционально окрашенном голосе и речи.

Для паралингвистических явлений фонационного характера существен не исполняющий орган, а характер звучания (высота, сила звука, оттенок интенсивности звучания). Характер звучания фиксируется в языке глаголами, которые можно разделить на две группы: *констатирующие* или *нейтральные,* которые сообщают о факте говорения, в стилистическом отношении они нейтральны и не передают ЭС человека, например: *проговорить, попросить, спрашивать, отозваться, спрашивать, отвечать, сказать, спросить* и др., данные лексические единицы называют также «речевыми словами»; и *квалитативные* (качественные) или *характеризующие* глаголы [Кухаренко, 1980], которые, кроме основного значения, содержащегося и в констатирующих глаголах, несут в себе дополнительную информацию о характере реализации речевого отрезка: о манере, тоне, ЭС говорящего.

Таким образом, глаголы звучания можно разделить на две подгруппы: 1) глаголы, передающие характер звучания, интонацию произносимых слов или предложений в определенном ЭС человека; 2) глаголы, обозначающие звуки, издаваемые человеком в ЭС.

К первой группе относятся номинации фонационных паралингвизмов, которые, сопровождая речевую деятельность, не могут существовать отдельно от языка, будучи связанными с ним непосредственно. Сюда относятся глаголы, передающие силу звука, прерывистость, тембр, ритм, быстроту, внятность /невнятность речи в эмоциональном состоянии любви говорящего.

Для каждой эмоции характерен свой набор отличительных акустических признаков голоса, который продиктован физиологическим состоянием человека. Всеобщая понятность и универсальность звуковых сигналов основана на связи между акустическими средствами выражения эмоций голосом и физиологическим состоянием организма, испытывающего эмоцию любви, например: *дыханье разрывается / вздыхается / дышать грустно, углубленно/ seufzen: «И смерть, и жизнь, и бешенство желанья/ Бегут по вспыхнувшей крови,/ И разрывается дыханье!»* [Любимые песни и романсы, 2002: 86], *«Что день и ночь лишь думаю о нем,/ Поверит он – не раз ему вздохнется.»* [Любимые песни и романсы, 1995: 57], *«Дышал он, грустный, углубленный,/ В тени ресниц ее густой,/ Как наслажденье, утомленный,/ И как страданье, роковой.»* [Любимые песни и романсы, 1995: 74], *«Но я вздыхал напрасно,/ Томил, крушил себя!»* [Любимые песни и романсы, 2002: 76], *«Solange sich mein Herz bewegt;/ Ja wenn der Mund wird kraftlos sein,/ So stimm ich doch mit Seufzen ein.»* [http://ingeb.org/Lieder] («Пока бьется мое сердце,/ Даже когда рот обессиливает,/ Я справлюсь со своими вздохами.»), *«Dein Seufzen und dein Stöhnen/ Und die viel tausend Tränen,/ Die dir gefloßen zu,»* [http://ingeb.org/Lieder] («Твой вздох и стон/ И несколько тысяч слез,»).

В русском песенном дискурсе *вздох* чаще всего *глубокий*. Есть люди, которые находят все несказанно трагичным, поэтому они, не отдавая себе в этом отчета, постоянно вздыхают или постанывают. Психоаналитические толкования усматривают здесь глубокое, но не переработанное горе или беду. Страдание, которое делает человека фактически «чувствующим себя больным, беззащитным, покинутым», хотя и не осознающим причины этого. Такое поведение позволяет сделать заключение о неизжитом и неосознаваемом горе, потере любви. У одних такое состояние может быть связано с внешними нерешенными проблемами. Так, например, *«И ловит глубокий мой вздох неприметно/ Духов аромат многосложный.»* [Любимые песни и романсы, 2002: 64], *«Зачем сей взгляд, зачем сей вздох глубокий,»* [Любимые песни и романсы, 2002: 86].

Разбирая феномен молчания, Н.Д. Арутюнова указывает на то, что молчание может быть невольным и намеренным. В первом случае молчание симптоматично, во втором — семиотично. Оправданное индивидуальной ситуацией молчание воспринимается как симптом внутреннего кризиса: болезни, отчуждения, интимных переживанийи др. Как правило, все паралингвистические явления, выступая комплексно в общении, поддерживают и усиливают друг друга.

Молчание также отличается от пауз, которые связаны с отсутствием звучания и, как правило, заполняются жестами хезитации, свидетельствующими о мыслительной деятельности говорящего и о затруднениях, связанных с формулированием того или иного высказывания. Молчание же рассматривается как коммуникативный знак, намеренно используемый говорящим в определенной коммуникативной ситуации и несущий в себе прагматическую направленность.

Эмоциональное молчание выполняет следующие основные функции, во-первых, может являться *индикатором эмоционального состояния любви* и/ или *страха* в состоянии любви (*«Несла воду из колодца,/ Попросил желанный пить./ Белы ручки затряслися./ Не могла заговорить.»* [Захаров, 1958: 124]);во-вторых, являясь индикатором эмоционального состояния, может быть направлено на намеренный *отказ от общения,* при этом оно может сопровождаться мимикой, жестами или движениями (*«Ты молчишь. Но твой взгляд мне надежду дает.»* [Любимые песни и романсы, 1995: 52], *«Ты не бойся безмолвной печали моей,/ Пусть она не тревожит тебя.»* [Любимые песни и романсы, 1995: 69]); в-третьих, молчание, *направленное на общение,* несет в себе дополнительную имплицитную информацию об эмоциональном состоянии коммуникантов, их социальном и культурном статусе, оно нацелено на эмоциональное и интеллектуальное воздействие (*«Язык безмолвствует… одни мечты и грезы»* [Любимые песни и романсы, 2002: 86]).

Говоря об интонации не менее информативен именно тон. Что вы в такие моменты говорите, относительно безразлично, зато ваша интонация выражает, как вы сожалеете, что вы не хотите обидеть и что вы хотите преодолеть атмосферу раздражительности. Если экспериенцер говорит с *грустью*/ *traurig*, это означает, что он сожалеет об ушедшей любви или разлуке, что было зафиксировано в русском и немецком песенных дискурсах: *«Когда предчувствие разлуки/ Мне грустно голос ваш звучал,»* [Любимые песни и романсы, 1995: 51], *«Da schaut er tief in ihre Augen, Und traurig klagt er iт sein Leid.»* [http://ingeb.org/Lieder] («Он смотрит пронзительно в ее глаза/ И он грустно жалуется в своей печали.»), *«Ich lieg in schweren Trauern, mein Herze leidet Schmerz. Das macht die Allerliebste, von der ich scheiden muβ, das klag ich Gott, dem Herren, daβ ich sie lassen muβ»* [All mein Gedanken, die ich hab, 1937: 191] («Я лежу в глубокой печали, мое сердце страдает. Это из-за моей любимой, с которой я должен расстаться, я жалуюсь богу, господу на то, что я должен ее покинуть.»).

Тон сомнения может передавать страдания в эмоциональном состоянии любви: *«О, если б мог выразить в звуке/ Всю силу страданий моих,/ В душе моей стихли бы муки/ И ропот сомненья затих:»* [Любимые песни и романсы, 1995: 75].

В русском песенном дискурсе для описания вокализации в состоянии смятения используется номинация *горячая мольба*: *«Что за него с слезою умиленья/ Летит к творцу горячая мольба»* [Любимые песни и романсы, 1995: 57].

Для передачи эмоционального состояния любви, нежности к объекту воздыхания в сопоставляемых песенных дискурсах используются лексические номинации *ласкающий звук/ нежная речь/ слово ласковое/ zärtlichesWort/ ласкон попымыжым: «За ласкающий звук нежной речи твоей/ Я готов на позор от плетей палачей»* [Любимые песни и романсы, 1995: 52], *«Ты узнай, мой друг, про любовь мою / И улыбкою, словом ласковым/ Успокой меня неспокойного»* [Любимые песни и романсы, 1995: 63], *«Was sie sagen, deute ich ja so gerne als der Liebe zärtliches Losungswort.»* [8] («Все что они говорят, я разумею как нежное решающее слово любви.»), *«Кужыжым анжен, шӹм яраты –/ Ласкон попымыжым яратышым.»* [Песни горных мари, 2005: 238] («Люблю не за то, что он высокий –/ Полюбила за то, что ласково со мной говорил.»), *«Сангаэм тäнгем, яратымы ӹдӹрем,/ Пишок ласкон попалта.»* [Песни горных мари, 2005: 242] («Если рядом подруга, любимая девушка,/ То ласково разговаривает.»).

Эмоция любовь – это интимное чувство, которое часто экспериенцеры стараются скрывать от окружающих, поэтому они часто переходят на шепот, что является типичным для русского и немецкого песенных дискурсов: *«Кто, преклонясь на грудь вам молодую,/ Вам шепчет страстно про любовь свою?»* [Любимые песни и романсы, 1995: 64], , *«Einmal kam ein Herr gegangen,/ sagt ihr was von Liebe vor,/ streichelt ihr die roten Wangen,/ sagt ihr leise was in Ohr:»* [Alte Lieder, 1990: 57] («Однажды пришел господин,/ Предсказывает ей о любви/ красные щеки пылают,/ шепчет ей тихо кое-что на ухо:»).

Таким образом, в результате рассмотрения номинаций фонационных паралингвизмов, видно как отличаются обозначения эмоций в зависимости от разных возможностей языка, который опирается на культурные и исторические традиции конкретного этноса.

**Литература**

Захаров, В. 100 русских народных песен. Из репертуара хора им. Пятницкого / В. Захаров. – М.: Гос. муз. изд-во, 1958. – 331 с.

1. Кухаренко, В.А. Индивидуально-художественный стиль Ф и его исследование. - К.: Вшца школа, 1980. — 168 с.

Любимые песни и романсы. – М.: «Омега», «Денис Альфа». – 1995. – 384 с.

Любимые песни и романсы / сост. О. Диль. – СПб.: Изд. Дом «Литера», 2002. – 320 с.

Песни горных мари. Кырык Мары халык марывлä / свод горномарийского фольклора. – Йошкар-Ола: МарНИИЯЛИ им. В.М.Васильева, 2005. – 512 с.

All mein Gedanken, die ich hab. – Thübingen: Reiner Wunderlich Verlag Thübingen, 1937. – 44 S.

Alte Lieder. Volkstümliche Lieder, Balladen und Moritaten wie sie in Onstmettingen gesungen werden. – Albstadt: «Onstmettingen», 1990. – 242 S.

http://ingeb.org/Lieder

Степанов Д.А.

Витебский государственный технологический университет

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОТИВАЦИОННЫХ СТРАТЕГИЙ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ**

**В НЕЯЗЫКОВОМ ВУЗЕ**

Началом пути в изучении иностранного языка была и остается школа. Именно оттуда приходят в университет, институт, колледж желающие научиться профессии. Однако основная масса студентов первого курса не готова воспринимать информацию, даваемую в высшей школе. После расспросов о том, как же они учили в школе язык, они отвечают: только “рассказывали” темы, либо готовились к сдаче ЦТ, а студенты, поступившие на технические специальности, о грамматике имеют очень смутное представление.

Исходя из программных требований к обучению иностранных языков в высшей школе, преподаватели ВУЗов должны большее внимание уделять профессионально-ориентированному и прагмалингвистическому подходам в процессе обучения. Но ввиду низкой подготовки студентов, преподавателям приходится брать на себя работу школьных учителей и формировать знания о языке, а не умения практического использования иностранного языка в своей профессии или повседневной жизни.

Но важен не конечный результат (знания устаревают, подвергаются изменениям), а сам процесс приобретения знаний. Необходимо научить учащихся самостоятельно учиться и добывать необходимые знания, учить умению адаптироваться в жизненных ситуациях и самостоятельно принимать решения, критически мыслить. При традиционном подходе и традиционных средствах обучения эти задачи решить было достаточно сложно. Личностно-ориентированный подход (его можно назвать развивающим, гуманистическим) способен положительно решать вышеуказанные проблемы. В рамках современного личностно - ориентированного подхода поднимается проблема внутренних резервов человека, сложившихся к моменту начала изучения иностранного языка, к которым относятся: коммуникативные, эмоциональные и волевые качества, самооценка личности. Уровень сформированности настоящих качеств способствует лёгкости и быстроте усвоения иностранного языка, антиципации по степени трудности для субъекта, отражению через субъективную оценку посильности изучения иностранного языка.

К педагогическим технологиям данного подхода можно отнести метод проектов, а также обучение в сотрудничестве, нетрадиционные формы уроков и коммуникативный подход при обучении иностранным языкам. Так, метод проектов, который довольно активно применяется за рубежом при обучении иностранным языкам, только недавно начал использоваться в системе отечественного образования. В связи с социолингвистическим подходом к обучению иностранному языку этот метод дает реальную возможность формировать не только коммуникативную, но и лингвострановедческую и методическую компетенцию учащихся.

В тоже время, у студентов, столкнувшихся с языковым материалом, который они изучали в школе (и не ощутили видимых результатов “изучения”), возникает эффект отторжения и неприязни к предмету и в целом к иностранному языку как культурному и социальному феномену.

К сожалению, у преподавателя вуза нет времени пробуждать интерес к обучению английского языка. А с переходом на 4-х летнюю систему образования возникает критическая необходимость совмещать повторение базового уровня (а очень часто формировать этот уровень с нуля) с формированием прагматической межкультурной компетенции. Поэтому ключевой задачей преподавателя является выработка мотивационных стратегий поведения личности при изучении иностранного языка в неязыковом ВУЗе.

Мотивационные стратегии (результативно-целевая и процессуальная) являются регуляционными механизмами, которые позволяют корректировать силу мотивации обучаемых, которая прямо пропорциональна успеваемости. Оптимальное сочетание результативно-целевой и процессуальной мотиваций обеспечивает наибольшую успешность овладения студентами иностранным языком по показателям успеваемости и удовлетворённости. Функция мотивационных установок целевого типа состоит в создании единого смыслового пространства. В пределах и под влиянием единого смыслового пространства действуют алгоритмы процессуальных побуждений, обеспеченных программно-контрольными действиями преподавателя и самого студента. При этом оптимальная зона сочетания смещается в сторону либо одной, либо другой стратегии. Это зависит от уровня исходной мотивации обучения, уровня владения языком и соответствующих трудностей. Для неязыковых ВУЗов характерно сочетание низкого уровня притязаний и потребностей во внешних стимулах со стороны студентов с более высокой регламентации учебных действий со стороны преподавателя. К блокирующим факторам усвоения языка относят низкую значимость целевых установок и высокие трудности процесса учебной деятельности.

Студенты неязыковых ВУЗов не заинтересованы в изучении иностранных языков и в большинстве случаев ведут себя пассивно на занятиях и при выполнении домашних заданий. В связи с этим преподавателю необходимо создать благоприятные условия усвоения языка, к которым относятся относительно высокая значимость целевых установок и умеренные трудности процесса усвоения. Преподаватель должен убедить учащихся в том, что изучение иностранного языка необходимо для успешности их профессиональной деятельности в будущем, то есть у студентов необходимо сформировать потребности в изучении иностранного языка. В данном случае говорят о «личностном смысле» предмета изучения в структуре мотивации. Субъект прогнозирует реальные последствия овладения иностранным языком для дальнейшей жизнедеятельности в плане перспектив своего развития.

Принимая во внимание изменившийся статус иностранного языка как средства общения и взаимопонимания в мировом сообществе, все психологические особенности обучения иностранному языку старшеклассников группируются вокруг необходимости усиления прагматических аспектов изучения языка. Но изучение иностранного языка начинается во всех неязыковых ВУЗах с первого курса. Согласно возрастной периодизации 17-18 лет − это старший подростковый возраст. Это говорит о том, что у большинства студентов существует размытая самооценка личности, являющаяся следствием кризиса идентичности и, в связи с началом учёбы в ВУЗе, операционного кризиса учебно-профессионального самосознания. Студенты не уверены в правильности выполнения учебных действий (операционный кризис) с одной стороны, а с другой возрастные особенности старшего подросткового возраста влияет на самооценку, саморефлексию, самореализацию, самопознание, самоопределение студентов.

Подобно мотивации самооценка может быть глобальной, ситуационной и инструментальной. Исследования показали положительную корреляцию всех трех видов самооценки с качеством устного продуцирования, причем наибольшая корреляция была между названным качеством и инструментальной мотивацией. Однако, как отмечают ученые, остается извечный вопрос: что первично: курица или яйцо? Вызывает ли высокая самооценка успешность в овладении языком или успех вызывает высокую самооценку?

Учитывая взаимовлияние названных факторов, преподавателю иностранного языка следует, прежде всего, формировать коммуникативную компетенцию, высокий уровень которой будет положительно влиять на самооценку.

Низкая самооценка нередко ведет к скованности или, используя более привычный термин, "закомплексованности", антиподом которой является "готовность к риску", "рискованность", которая в свою очередь связана с импульсивностью. Скованность часто вызвана боязнью совершить ошибку, что отрицательно влияет на овладение языком. Студенты, готовые к риску, напротив, не боятся делать ошибок, но они необязательно достигают высокой лингвистической компетенции. Связь между рассматриваемыми аффективными факторами и успешностью овладения языком нельзя считать однозначной, а оптимальное решение лежит посередине: риск, ведущий к догадке, надо поощрять, особенно у "сверхосторожных" студентов. "Сверхрискованных" студентов необходимо вовремя останавливать, чтобы они не доминировали в общении.

Таким образом, преподавание иностранного языка в неязыковом ВУЗе должно иметь свою специфику по сравнению с языковым ВУЗом, отражающую относительно низкую мотивацию и высокие трудности усвоения языка. Уровень мотивации тесно связан с уровнем успеваемости по предмету. Повышая мотивацию к изучению иностранного языка, мы повышаем и уровень его усвоения и как дополнительный положительный эффект получаем повышение успеваемости по этому предмету и субъективную удовлетворённость. В ВУЗах, где иностранный язык является не профилирующим предметом, вопрос выбора мотивационных стратегий является особенно актуальным. В первую очередь, это связано с тем, что изучение иностранного языка в неязыковых ВУЗах носит в основном интенсивный характер. Преподавателю особенно важно выбрать именно ту мотивационную стратегию, которая будет адекватна в каждой конкретной группе студентов в плане оптимального сочетания результативно-смысловых и процессуальных мотивов, опирающихся на алгоритмы текущей регламентации.

Степанова С.А.

Московский институт лингвистики

**Эвфемизм как явление лингвокультуры**

Эвфемия представляет собой разнородное по своей структуре и весьма значимое в лексической системе языка лингвистическое явление. Эвфемизм – это не только троп, исполняющий роль словесного смягчения, но и элемент структуры языка, играющий важную роль в его историческом развитии, так как эвфемизация представляет собой непрерывный процесс замены одних наименований на другие, основанный на постоянной оценке и переоценке человеком форм выражения, исходящей из стремления к успешной коммуникации.

Явление эвфемии в лингвистической литературе исследуется в нескольких аспектах: социолингвистическом (табу, понятийные сферы использования), функциональном (мотивы эвфемизации), грамматическом и семантическом (структура эвфемизмов, способы эвфемизации) и др.

Эвфемизм (от греческого enphemia) – воздержание от неподобающих слов, смягченные выражения это слово или выражение, служащее в определенных условиях для замены обозначений, представляющихся говорящему нежелательными, не вполне вежливыми или слишком резкими.

Причиной создания таких эвфемизмов часто является стремление чиновников различного ранга сгладить проблемы имущественного неравенства людей. Например, слово **the poor** *бедные* в печати было заменено на ***the needy, the ill-provided*** *необеспеченные,* затем на ***the socially deprived*** *социально* *обездоленные.* Позднее бедных и не имеющих достатка людей стали называть ***the underprivileged*** *малопривилегированные* или ***low-income people*** *малообеспеченные*.

Эвфемизмы можно назвать языковым отображением культуры народа, характерной для определенного периода времени, так как употребление тех или иных языковых средств – слов и выражений, отражает социальную жизнь общества.

В Англии первые серьезные попытки насильно внести изменения в язык были предприняты пуританами – активными борцами за нравственность. Во второй половине 16 в. даже появились женские имена, образованные от названий абстрактных понятий с положительным значением: *Prudence* (благоразумие), *Obedience* (послушание), *Patience* (терпение). Однако основным направлением их деятельности являлась борьба с богохульством. Дело в том, что до второй половины 19 века богохульство, или же «упоминание Бога всуе», считалось особенно оскорбительным, грубым. Среди подобных ругательств традиционно называют *by God’s bones*, *by God’s body*, *God’s wounds*, *by Christ’s blood*, *God’s hooks* и т.д. Для искоренения богохульства в 1606 году был принят закон, запрещающий упоминание имени Бога на сцене, а в 1623 году король Англии Джеймс I ввел штраф за ругательства - «people were fined for such mild oaths as *upon my life* and *by my troth* - mild utterances indeed compared with the *God’s poxes* and *fackins faiths* of a generation before».[Bryson, 1990: 217]. Табу на упоминание имени Бога привело к возникновению целой группы эвфемизмов: «The use of the deity is disguised in *zounds* (God’s wounds), *egad, gosh, golly*, and *by George*. Alternatives to *Jesus Christ* include *Jeez, Jeepers Creepers, Crickey, Jiminy Christmas* … » [Macaulay 1994, с. 103]. Билл Брайсон приводит следующие примеры: *gadzooks* (= God’s hooks), *God’s bodkins*, *odsbodikins* и *gadsudlikins* (= God’s body). Кроме того, он отмечает существование эвфемизмов такого рода и в других языках: в немецком - *Potz blitz* (= Gottes Blitz), во французском – *par bleu* (= par Dieu), *Ventre Saint Gris* (= Ventre Saint Christ) и т. д. [Bryson, 1990: 218].

Находясь в постоянном взаимодействии, культура и язык представляют собой форму общения между людьми. Э. Сепир выдвинул положение, раскрывающее единство и специфику культуры и языка: «Культуру можно определить как то, *что* данное общество делает и думает. Язык же есть то, *как* думают». Из этого следует, что люди, принадлежащие к разным языкам и культурам, воспринимают мир по-разному. Язык развивается в культуре и выражает ее и диктует нам определенное видение мира.

Язык отражает способность человеческого мышления так структурировать реальность, чтобы избежать конфликта с собеседником, вследствие использования прямого, и поэтому часто грубого наименования. Поскольку каждый носитель языка одновременно является и носителем культуры, то языковые знаки приобретают способность выполнять функцию знаков культуры и тем самым служат средством представления основных установок культуры. Язык также можно рассматривать в качестве семиотической системы знаков и как знак, как часть более общей системы культуры, искусства, литературы. Именно поэтому язык способен отображать культурно-национальную ментальность его носителей.

Например, эвфемистические наименования в английском языке, связанные с потерей работы можно выделить в отдельную группу, так как в настоящее время потеря работы является одной из наиболее острых социальных проблем. Используемые для обозначения этого круга понятий слова и выражения отличаются между собой смысловыми оттенками и стилем. Как правило, если увольнение носит личный характер, то есть сотрудника просят покинуть компанию, так как именно он по каким-то причинам не устраивает руководство, то о таком человеке говорят, что он *fired, dismissed, given the push, given the sack, axed or discharged*. Если же компания была вынуждена пойти на такие меры по объективным, как правило, экономическим причинам, то этот процесс называют *downsizing, restructuring, streamlining, reshaping, involuntary force reductions, involuntary methodologies, focussed reductions, managing down the staff resources, cutbacks or back-to-basics policy* (то есть компания хочет оставить только основной персонал)*,* а сотрудники при этом *laid off, let go* или *made redundant.* Последнее выражение изначально употреблялось в случаях, когда рабочее место исчезало либо из-за технологических нововведений, например, автоматизации производства, либо в результате закрытия компании или ее части. Теперь же слово *redundant* стало одним из наиболее часто употребляемых эвфемизмов вместо *unemployed*.

Являясь внутренней потребностью человека, язык необходим для формирования мировоззрения, хранения знания о мире, исторических и социально значимых событиях в жизни общества. Немецкий философ и языковед Вильгельм фон Гумбольдт («О различии строения человеческих языков…») указывал на то, что язык – это часть культуры, потому что язык активно участвует во всех важнейших моментах культурного творчества. Гумбольдт полагал, что язык и культура настолько тесно связаны друг с другом, что если существует одно, то другое можно вывести из него. Язык является непрерывным творческим процессом.

Понятие «культура» неоднозначно. Эдвард Сепир предложил три определения культуры: 1) культура как технический термин, охватывающий любые черты человеческой жизни (социально-наследовательные); 2) как некоторый довольно условный идеал благовоспитанности, в основе которого лежит корпус условных знаний и опытов, одобренных обществом; 3) как цивилизация, взятая в той мере, в какой она воплощает в себе национальный дух.

Согласно В.В. Воробьеву, культура как внеязыковой коррелятор языка и национальности представляет собой систему материальных и духовных ценностей. Язык тесно связан с культурой: он выражает культуру и является обязательной предпосылкой развития культуры в целом и составляет важную часть культуры народа, живущего в определенное время и в определенном месте. Язык не может существовать вне культуры, следовательно, он представляет собой главную форму выражения и существования национальной культуры.

Интерес ученых к взаимосвязи языка и культуры привел к появлению в конце XX века термина «лингвокультура».

Лингвокультура — это сложная многоуровневая и динамичная система, в которой существует широкий пласт высказываний, обладающих способностью вопреки определенности своих значений, быть неоднозначными, то есть располагать гибким веером значений.

Как лингвокультурное явление эвфемизмы являются показателем культурных и социальных изменений в жизни общества и в общественном сознании, фиксируют традиционные способы и регистрируют самые незначительные изменения явления действительности, свидетельствуют об изменении общественных ориентиров в разных сферах человеческой жизни.

Лингвокультурный аспект изучения национально-культурной специфики эвфемии в определенном языке отражает культурную сферу жизни данного общества.

Так как язык теснейшим образом связан с менталитетом, культурой, традициями его носителей, многие процессы и явления, происходящие в обществе, находят отражение и в системе языка. Явление эвфемии является неотъемлемой частью языкового поведения, тесно связано с понятиями нормы и оценки.

Эвфемизм представляет собой разнородное по своей структуре и весьма значимое в лексической системе языка лингвистическое явление. Эвфемизм – это троп, состоящий в имплицитном выражении отрицательной оценки. Почти каждый человеческий недостаток сглаживают определенные эвфемизмы: слово cripple *калека* заменяют эвфемизмы ***differently abled, physically different или handicapable****,* fat *толстый* заменяется на ***thick-boned*, *full-figured, traditionally built, heavy-setor differently sized***; вместо bald *лысый* используется эвфемизм ***hair-disadvantaged***, вместо deaf *глухой –* ***aurally inconvenienced***, вместо blind *слепой* – ***unseeing.*** *Умственно отсталых людей* называют ***learning disable, mentally challenged people***, вместо mental illness center*(центр психических заболеваний)* используют название ***mental health center****(центр психического здоровья),* в который больные люди идут намного охотнее с надеждой на обязательное выздоровление.

Употребление эвфемизмов во многих случаях продиктовано нормативно-ценностными представлениями общества, уровнем развития этикета, социокультурными речевыми нормами. Стремление коммуникантов к бесконфликтной коммуникации, сотрудничеству и этикетизации в рамках общения, соблюдение коммуникативно-корректного использования языковых средств обусловливает процесс модификации стигматичной лексической единицы.

**Литература**

1. Воробьев В.В. Лингвокультурология: Монография. – М: РУДН, 2008. – 336 с.
2. Ковшова М. Л. Семантика и прагматика эвфемизмов. Краткий тематический словарь современных русских эвфемизмов. –М.: Гнозис, 2007.
3. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологи: Пер. с англ. / Общ. ред. и вст. ст. А.Е. Кибрика. – М.: Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1993. – 656с.
4. Bryson B. The Mother tongue: English and how it got that way. - New York: Morrow, cop. 1990. – 270 p.
5. Macaulay R. The Social Art. Language and its users. - New York, Oxford: Oxford univ. press, 1994. – 241 p.

Триус Л.И.

Пятигорский государственный

лингвистический университет

**СОВРЕМЕННЫЙ ВЗГЛЯД НА ИЗУЧЕНИЕ ПРАГМАТИКИ БИЗНЕС КОНТРАКТОВ**

На современном этапе изучение прагматических характеристик и особенностей бизнес контрактов с точки зрения теории прагмалингвистики является весьма актуальным, в силу малой изученности данной области лингвистики.

Прежде всего, необходимо отметить, что понимание речевого акта (РА) означает понимание коммуникативного эффекта, которого стремится достичь адресант (говорящий или инициатор РА). Как правило, помимо коммуникативного эффекта адресант нацелен на достижение интеракционального эффекта, то есть на определенную реакцию адресата. Именно в этом смысле РА связан с планированием речи и является сложной сущностью, в которой когнитивные функции сочетаются с межличностными при том или ином удельном весе этих функций в конктерной ситуации [Драбкина, 2001: 39]

Первую классификацию иллокутивных актов, а тем самым и высказываний, с помощью которых могут реализоваться эти иллокутивные акты, дал, как известно, Дж. Серль. На сегодняшний день существует много таких классификаций. Они разработаны Дж. Личем, Г.Г. Почепцовым, К. Бахом, Дж. Оуэром и др. Имеющаяся типология иллокутивных актов хорошо просматривается на материале отдельных высказываний, особенно в диалоге. Представляется, что она может быть перенесена на уровень монологических текстов, а иллокуции могут быть соотнесены с целыми текстами, хотя определение иллокутивных функций целого текста представляет достаточные трудности. Это связано со структурной и семантической сложностью текстов, а, кроме того, в тексте, как правило, имеет место полифункциональность: одна иллокуция может быть ведущей, а другие - вторичные.

Согласно классификации иллокутивных актов Дж. Серля, существует всего пять типов основных иллокутивных целей: репрезентативы, директивы, комиссивы, экспрессивы,декларативы.

В концепции типов речевого воздействия Л.П. Федоровой класс волеизъявлений распадается на два подтипа: акции (приказ, призыв, просьба) и реакции (согласие, несогласие, запрет, разрешение). Очевидно, что реакции не относятся к директивам. Одни из них, такие как согласие, тяготеют к экспрессивам, другие: запрет, разрешение – являются декларативами. Расширение выделенного Серлем класса директивов до типа волеизъявления происходит, таким образом, за счет сужения класса экспрессивов и декларативов. Л.П. Федорова ограничивает первый актами непосредственного оценочного и эмоционального воздействия, а ко второму относит «ритуальные формы речевого поведения» наподобие поздравления и прощания. При этом в рассматриваемой типологии, а также в практически совпадающем с ней списке коммуникативных целей Т.В. Шмелевой отсутствует разграничение между комиссивами и декларативами. Образуемый ими единый класс в концепции Федоровой именуется «социальным воздействием» [Федорова, 1991: 46-51], а в модели Т.В. Шмелевой – «этикетным» типом [Шмелева, 1997: 91].

За пределами рассмотренных классификаций осталась интенция, сопряженная с еще одним конститутивным аспектом речевой ситуации – языком, «кодом», по Якобсону. Она образует так называемую поэтическую, или эстетическую, функцию языка. На наш взгляд, есть все основания для того, чтобы определить ее как эпифункцию – одну из граней реализации коммуникативного назначения языка. Помимо того *что* сказать, субъект речи всегда принужден решать и то, *как* сказать. Его речевой замысел распространяется не только на выработку содержания, но и на создание формы сообщения [Якобсон, 1975: 201, 221].

Рассматривая язык бизнес контрактов, необходимо отметить, что ему характерен жанр официально-делового стиля, цель которого заключается в информировании сторон об их правах и обязанностях. Основным назначением данного жанра, по мнению Н.А. Карабань, являются информативная и регулятивная функции. Бизнес контракт содержит сведения о способах действия в той или иной ситуации. Здесь «имеется центральность императивного компонента, так как условия контракта включают в себя предписания, которым должен следовать адресат(ы). Контракты имеют взаимно адресатно-ориентированную направленность». В них, кроме того, значительное внимание уделяется коммуникативной категории вежливости [Карабань, 2006: 166].

Согласно Н.А. Федотовой, главным условием успешности иллокутивного акта является условие, при котором контрактующие стороны берут на себя конкретные обязательства, таким образом, что они могут друг на друга положиться. То есть, прагматической составляющей концепта «обещание» является возложение и принятие обязательства выполнить обещание. Одна контрактующая сторона посредством высказывания, создающего иллокутивный акт обещания, намерена возложить на себя ответственность за намерение совершить какое-либо действие [Федотова, 2005: 30, 35].

Кроме того, иллокутивный акт обещания или принятия обязательств не может рассматриваться как успешный без соблюдения условия искренности со стороны автора. Условие искренности есть неотъемлемая часть успешной иллокуции. Кроме того, залогом искренности в тексте бизнес контракта является наличие перечня потенциальных последствий невыполнения взятых на себя обязательств по обеспечению соблюдения условий контракта.

С точки зрения Н.Ш. Галлямовой, реальное речевое общение, особенности конкретной коммуникативной ситуации реализации данного речевого акта могут модифицировать инвариантное интенциональное содержание, обусловливая появление вариантов, различающихся прагматическими оттенками интенционального содержания [Галлямова, 2010: 16-32].

При анализе функционально-прагматического аспекта мы считаем необходимым применять параметры, которые используются в практике лингвистических описаний: 12 лингвистически значимых параметров, предложенных Дж. Серлем для различения иллокутивных актов, «условия успешности»[см.: Арутюнова, 1999: 896; Серль, 1986; Падучева, 1985; Гловинская, 1993], «анкета» речевого жанра Т.В. Шмелёвой [Шмелева, 1997], а также собственные наблюдения исследователя.

Необходимо отметить обязательное наличие в тексте бизнес контракта логической формы, которая связывает пункты контракта в единое целое, которое обладает специфической иллокутивной силой. Вслед за Дж. Остином и Дж. Серлем принято выделять шесть ее составляющих:

- иллокутивную цель,

- способ достижения иллокутивной цели,

- условие пропозиционального содержания,

- предварительные условия,

- условия искренности и

- интенсивность.

Кроме пропозиционального и коммуникативного компонентов плана содержания текста бизнес контракта, выделяется также его прагматический компонент. Дж. Остин называет этот компонент иллокутивным или иллокутивной функцией (ИФ) высказывания.

Бизнес-контракты относятся к аргументативному виду текста и направлены на убеждение, установление и утверждение взаимовыгодных отношений [Toulmin, 1958: 58]. В силу аргументативности текста бизнес контрактов его можно рассматривать с точки зрения концептов гарантирование, обоснование, заключение взаимоотношений (договора), визирование, подтверждение прав и условий. Тем не менее, иллокутивные характеристики данного вида текста ошибочно считать поверхностными. Иллокутивная структура бизнес контрактов, как и других официальных распорядительных и регулирующих документов, обладает своими особенностями. Документы подобного характера несут в себе функции планирования и осуществления установленных договоренностей.

Таким образом, учитывая цели и ценности делового и экономического дискурса, Е.Д. Степанова выделяет его основные стратегии: стратегия извлечения выгоды, стратегия позиционирования, стратегия кооперации, стратегия расширения информационного присутствия, стратегия лоббирования своих интересов, стратегия снижения финансового риска, стратегия минимизации потерь и др. То есть, достижение перспективных целей возможно на основе коммуникативной стратегии согласия, которая может быть обозначена в качестве макростратегии [Степанова, 2006: – С. 153-159].

Следовательно, можно сделать вывод о том, что семантически, совокупная иллокутивная цель бизнес контракта – директивная, так как бизнес контракт регламентирует деловые отношения между контрактующими сторонами. В то время как, перлокутивный эффектзаключен в подписании бизнес контракта и соблюдении его пунктов.

С точки зрения А. Буркхардта, собственно перлокутивный акт как речевое действие и возникающие в его результате последствия практически неотделимы и рассматриваются как составные части единого целого. Ученый исследует перлокутивный акт и сопутствующий ему перлокутивный эффект как воздействие (или намерение осуществить воздействие) на реципиента [Burkhardt, 1986; 148-149]. Б. Шлибен-Ланге говорит о перлокутивных актах как действиях, имея в виду не абсолютно случайные эффекты, оказываемые на слушающего, а такие, которые в определенном отношении могут быть осознанно направлены и рассчитаны [Schlieben-Lange, 1976: 87]. По мнению О.В. Кирьяковой, перлокутивный эффект лежит в основе высказывания как план, цель, намерение или последствия, которые влечет за собой речевой акт для слушающего, а также условие успешности иллокутивного акта [Кирьякова, 2011: 81-85].

Применительно к изучаемой в данном исследовании проблеме, необходимо сделать вывод о замкнутости перлокутивного эффекта бизнес контрактов, так как итогом РА любого официального бизнес договора является взаимное его подписание, то есть обоюдное согласие на соблюдение обоюдно выгодных пунктов контракта.

Таким образом, рассмотрев точки зрения и подходы ведущих исследователей, занимающихся изучением функции речевого воздействия, можно определить составляющие бизнес контракта. По нашему мнению, она включает три компонента: пропозициональное содержание, логическую форму и иллокутивную силу, которые для каждой из контрактирующих сторон должны быть истинными, правильными, иллокутивно успешными и перлокутивно эффективными.

**Литература**

Арутюнова Н.Д.Язык и мир человека. 2-е изд., испр. М.: Языки русской культуры, 1999. Т. I–XVI. 896 с.

Галлямова Н.Ш. Речевой акт «обещание, клятва» в русской языковой картине мира: лингвокультурологический, функционально-прагматический аспекты// [Язык и культура](http://elibrary.ru/issues.asp?id=28160&selid=923559). - [2010](http://elibrary.ru/issues.asp?id=28160&jyear=2010&selid=923559). - [№ 3](http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=923559&selid=15515346). - С. 16-32.

Гловинская М.Я. Семантика глаголов речи с точки зрения теории речевых жанров // Русский язык в его функционировании. Коммуникативно-прагматический аспект. М., 1993.

Драбкина И.В. Прагмалингвистические аспекты письменного делового общения: на материале англоязычных текстов контрактов и деловой корреспонденции. – Самара, 2001.

Карабань Н.А. Коммуникативно-прагматические аспекты реализации категории вежливости в официально-деловом стиле русского языка/Дисс. на соиск. уч. степ.канд. филол. наук. – Волгоград, 2006.

Падучева Н.В. Высказывание и его соотнесенность с действительностью // Референциальные аспекты семантики местоимений. М.: Наука, 1985.

Серль Дж. Р.Классификация иллокутивных актов // НЗЛ. М.: Прогресс, 1986. Вып. 17.

Степанова Е.Д. Прагматические особенности коммуникативного акта.

Шмелёва Т.В. Модель речевого жанра // Жанры речи. Саратов, 1997.

Федорова Л.П. Типология речевого воздействия и его место в структуре общения // Вопросы языкознания. 1991. № 6. С. 46–51.

Федотова Н.А. Концепт «гарантия» в англоязычном деловом дискурсе/Дисс. на соиск. уч. степ.канд. филол. наук. – Астрахань, 2005.

Toulmin S.E. The Uses of Argument.CambridgeUniversityPress, 1958.

Храмченко Д.С.

Тульский государственный педагогический

университет им. Л.Н. Толстого

**К вопросу о формировании арсенала лексических средств в**

**английском деловом дискурсе**

**(функционально-синергетический подход)**

Одной из специфических черт английского бизнес-общения является жёсткий отбор языковых средств, приемлемых для использования участниками в коммуникативном акте и соответствующих всем существующим конвенциональным предписаниям и требованиям. Функционально-синергетический анализ позволяет наглядно увидеть, каким образом действует механизм формирования вербального арсенала современного делового человека.

Функциональная лингвосинергетика – относительно новое направление в русле функциональной лингвистики, осуществляющее динамико-системный подход к дискурсу, который рассматривается в качестве сложной открытой нелинейной неравновесной прагма-семантической системы, постоянно взаимодействующей с внешней средой (сознанием коммуникантов и коммуникативной ситуацией), способной к самоорганизации и саморегулированию в процессе чередования этапов хаотизации и упорядоченности и продвигающейся к функциональному аттрактору (области притяжения всех элементов системы), т.е. к реализации коммуникативной цели.

Поскольку система смыслов делового дискурса формируется через их речевое выражение, употребление любой лексической единицы, фразы или высказывания может привести к нежелательным функциональным колебаниям прагма-семантической системы, отклонению её от равновесного состояния и, соответственно, спровоцировать проблемные, порой конфликтные ситуации, способные поставить под угрозу успех и результативность делового сотрудничества.

Разнообразие коммуникативных ситуаций определяет функционирование английского языка делового общения как сложного взаимообусловленного единства различающихся по своей направленности регистров устной и письменной речи. В таком крупном и неоднородном пласте языка, как Business English, исследователи, как правило, выделяют несколько составляющих: General English или общий английский язык, содержащий лексику на стыке делового и других стилей, применяемую в широком множестве стереотипных речевых ситуаций бизнес-коммуникации и включающую профессиональную тематику в общую языковую картину; General Business English или общий деловой английский – значительный лексический слой, охватывающий распространённую неспециализированную деловую лексику; General Business English Terminology, общеупотребительная терминология делового общения; Specialized Terminology, специализированная терминология, применяемая в конкретных сферах бизнеса.

Взвешенное, корректное и обдуманное использование лексических средств в соответствии с основными максимами Г.П. Грайса позволяет поддерживать оптимально сбалансированный обмен информацией прагма-семантической системы дискурса с её внешней средой. Каждый намеренно или неосознанно вводимый в систему элемент незамедлительно проходит «проверку» на соответствие текущей стадии развития системы и коммуникативной ситуации, подразумевающей неразрывную связь и интерактивное взаимодействие различных компонентов лингвистического и экстралингвистического плана и определяющей непосредственный тип дискурса, его содержание, модальность, структуру и многие другие параметры. В случае противоречия элемента смысловой системы традиционным нормам и правилам, регулирующим деловое общение, происходит блокирование адекватной кооперации данной подсистемы внешней среды и прагма-семантической системы дискурса, влекущее отклонение последней от равновесного состояния и, как следствие, активизацию синергийных самоорганизационных процессов. Поскольку обмен между дискурсом и его средой является двусторонним, система способна оказать ответное воздействие на среду, внося коррективы (далеко не всегда позитивные) в речевую ситуацию и оказывая прагматическое воздействие на участников общения. В случае, если вводимый в систему элемент согласуется с требованиями коммуникативной ситуации, развёртывание дискурса продолжается по намеченной траектории.

В современном английском деловом дискурсе наметилась тенденция к более свободному использованию коммуникантами в речи слов и выражений со сниженным коннотативным значением, невежливых, грубых, временами вульгарных фраз в полуофициальном горизонтальном и, гораздо реже, вертикальном бизнес-общении. При этом вводимые в прагма-семантическую систему хаотизирующие элементы могут нести вполне конкретную функциональную нагрузку, выявление которой представляет несомненный интерес с точки зрения совершенствования английской деловой риторики.

Черкасова М.А.

Пятигорский государственный лингвистический университет

**Языковая личность в пространстве институционального дискурса**

В современных гуманитарных науках личность понимается и характеризуется как биологическая, духовная, социальная, языковая. Далее мы можем добавить, что личность может считаться еще и институциональной, поскольку сфера жизнедеятельности человека широка и делится на различные институты, в которых человек, существует как личность, выполняет определенные социальные роли, следует нормам и требованиям того или иного института.

Теперь рассмотрим что такое социальный институт. Энциклопедический социологический словарь определяет социальный институт как «единый компонент социальной структуры общества, интегрирующий и координирующий множество индивидуальных действий людей, упорядочивающий социальные отношения в отдельных сферах общественной жизни [Осипов, 1995: 227]. Ю.Г. Волков отмечает, что «социологи рассматривают институты как устойчивый комплекс норм, правил, символов, регулирующих различные сферы человеческой жизнедеятельности и организующих их в систему ролей и статусов, с помощью которых удовлетворяются основные жизненные и социальные потребности» [Волков, 2003: 121]. В свою очередь Т.А. Ширяева указывает, что социальные институты – это «исторически сложившиеся устойчивые формы взаимоотношения людей, организации их совместной деятельности в наиболее важных сферах общественной деятельности» [Ширяева,2006:48].

Согласно Ю.Г. Волкову, каждый социальный институт удовлетворяет определенные потребности общества. Ученый также отмечает, что «известный социолог Г. Ленски определил ряд ключевых социальных потребностей, которые порождают процессы институционализации: потребность в коммуникации (язык, образование, связь, транспорт); потребность в производстве продуктов и услуг; потребность в распределении благ (и привилегий); потребность в безопасности граждан, защите их жизни и благополучия; потребность в поддержании системы неравенства (размещении общественных групп по позициям, статусам в зависимости от разных критериев); потребность в социальном контроле за поведением членов общества (религия, мораль, право, пенитенциарная система)» [Волков, 2003: 121]. Таким образом, современное общество характеризуется наличием множества формализованных и неформализованных социальных институтов, которые обладают определенными признаками такими, как наличие цели своей деятельности; конкретными функциями, обеспечивающими достижение цели; набором социальных позиций и ролей, действующих в рамках данного института. Т.А. Ширяева отмечает, что главной целью всех институтов является сохранение и поддержание стабильности социальной системы [Ширяева, 2006: 48]. Ю.Г. Волков приводит перечень социальных институтов в индустриальных обществах. Итак, это институты: семьи, религии, права, политики, экономики, образования, науки, здравоохранения, армии, средств массовой информации [Волков, 2003: 124]. Далее ученый поясняет, что внутри фундаментальных институтов существуют весьма отчетливые деления на более мелкие, неосновные институты. Например, экономические институты наряду с базовым институтом собственности включают множество особых устойчивых практик (систем отношений): финансовые, производственные, маркетинговые, организационно-управленческие (менеджментарные) институты. Если обратиться к политическим институтам современного общества, то можно выделить наряду с ведущими институтами власти такие устойчивые (институциональные) практики, как демократические институты политического представительства, президентства, разделения властей, местного самоуправления, парламентаризма и т.д. В системе же правовых институтов выделяются такие неглавные составляющие, как институты судебной власти, судебной экспертизы, судопроизводства, адвокатуры, присяжных и др. [Волков, 2003: 124].

Как нам уже известно, каждый социальный институт, формальный и неформальный, фундаментальный или вспомогательный служит для удовлетворения определенных потребностей общества, обладает определенными функциями и выдвигает набор требований, норм и правил поведения личности и построения коммуникации в данной социальной ситуации для достижения желаемой цели, а также влияет на характер языковой личности. Здесь стоит отметить, что по мнению Плавской в процессе коммуникации каждая языковая личность реализует себя по-разному. В зависимости от характера речевой ситуации одна и та же языковая личность представляет собой совокупность ипостасей, в которых индивид воплощается в языке [Плавская, 2009: 34]. Таким образом, ситуация, в которой протекает общение оказывает влияние и определяет характер языковой личности. Ссылаясь на мнения ученых, Плавская указывает, что к числу объективных факторов, определяющих характер языковой личности относятся: языковая компетенция, национальная принадлежность, социально-культурный статус, биолого-физиологические данные, психологический тип, текущее психологическое состояние, степень знакомства коммуникантов, устойчивые вкусы, пристрастия, привычки и .т.д. [Плавская, 2009: 35]. Здесь нельзя не отметить, что социально-культурный статус, главным образом подразумевающий социальную принадлежность человека, его профессию и занимаемую должность, также является одним из важнейших коммуникативно-значимым признаком, формирующих языковую личность индивида. Профессиональная специфика того или иного индивида не может не накладывать отпечаток на его сознание, а, следовательно, и на модель его речевого поведения, тем самым закрепляя за каждой личностью строго определенную социальную позицию в обществе, предполагающую попеременное проигрывание фиксированных социальных ролей. Грамматическое оформление высказывания, поиск лексических единиц, выбор специализированной терминологии, специфическая научно-профессиональная направленность языкового мышления гуманитарного или технического характера являются результатом влияния профессионального статуса говорящего индивида. Занимаемая человеком профессиональная позиция не только оказывает существенное влияние на формирование языковой личности, но и порождает определенные ожидания окружающих по поводу поведения индивида в той или иной ситуации общения. Общество налагает на индивида определенные требования; индивид обязан соответствовать этим требованиям и связанным с ними ожиданиям, иначе его действия будут рассматриваться как нарушение норм социального поведения [Плавская, 2009: 36].

Далее стоит отметить, что каждый социальный институт порождает характерный ему тип коммуникации - институциональный дискурс. Вслед за В.И. Карасиком Т.А. Ширяева определяет институциональный дискурс как «статусно-ориентированное общение, т.е. речевое взаимодействие представителей социальных групп или институтов друг с другом, с людьми, реализующими свои статусно-ролевые возможности в рамках сложившихся общественных институтов, число которых определяется потребностями общества на конкретном этапе его развития» [Ширяева, 2006: 49]. В.И. Карасик также считает, что институциональный дискурс «есть специализированная клишированная разновидность общения между людьми, которые могут не знать друг друга, но должны общаться в соответствии с нормами данного социума» [Карасик, 2002: 203]. По мнению ученого, нормы институционального дискурса отражают этнические ценности социума в целом и ценности общественной группы, образующей институт [Карасик, 2002: 204].

Предметная сфера институционального дискурса определяется типом общественной деятельности, подразумевает наличие коммуникативно-прагматических образцов речевого поведения и характеризуется не только чисто языковыми отличительными чертами, стилистической спецификой, а также спецификой тематики, систем убеждений, способов рассуждений. На характер данных речевых образцов оказывают влияния следующие переменные: социальные нормы, ситуативный контекст (место и время речевого события, дистанция общения), социальные отношения и роли общающихся, степень знакомства собеседников, состав участников коммуникации, уровень формальности и т.д. [Ширяева, 2006: 37]. Под темой дискурса понимается сфера социального взаимодействия, в которой участники оперируют языком как основным инструментом сотрудничества. Участники дискурса рассматриваются вместе со всеми статусными и ролевыми задачами, социально-значимыми отношениями, в которые они вовлечены. Способ дискурса есть собственно функция, выполняемая через употребление языка для достижения тех или иных целей, формально-содержательная организация текста, канал его репрезентации (письменный или устный) его коммуникативная цель (побуждение, объяснение, убеждение) [Ширяева, 2006: 28-29].

Т.А. Ширяева отмечает, что институциональное общение характеризуется также трафаретностью и предсказуемостью, и его специфика раскрывается в зависимости от типа общественного института, который в коллективном языковом сознании обозначен особым именем, обобщен в ключевом концепте этого института, связывается с определенными функциями людей, общественными ритуалами и поведенческими стереотипами, а также текстами, производимыми в этом социальном образовании.

Именно трафаретность отличает институциональный дискурс от персонального. Институциональный дискурс строится по определенному шаблону: цель общения жестко детерминирует тематику и тональность дискурса. Однако необходимо подчеркнуть, что степень трафаретности различных типов и жанров данного дискурса различна. Дело в том, что в реальной жизни прототипный порядок дискурса часто нарушается. Нейтральные признаки институционального дискурса включают в себя общедискурсивные характеристики, типичные для любого общения, личностно-ориентированные признаки, а также признаки других типов дискурса, проявляющиеся «на чужой территории» [Ширяева, 2006: 62-63].

**Литература**

1. Волков Ю.Г. Социология. Учебник / Под ред. проф. Ю.Г. Волкова. – Изд. 2-е, испр. и доп.– М.: Гардарики, 2003.– 512 с.:
2. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс/ В.И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
3. Осипов Г.В. Социология. Учебное пособие / Под ред. Г.В. Осипова, Л.Н. Москвичева и др. – М., 1996.
4. Плавская Т.В. Двуязычный тезаурус исследователя-археолога как основа создания лексикографического продукта нового типа. Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Плавская Т.В. – Ростов-на-Дону, 2009. – 215 с.
5. Ширяева Т.А. Когнитивная модель делового дискурса: Монография / Ширяева Т.А. – Пятигорск: Пятигорский гос. лингв. ун-т, 2006. – 256 с.

Чиликина Е.В.

Пятигорский государственный лингвистический университет

**Роль метафорических моделей в рекламных текстах делового дискурса**

Для передачи информации (старого и нового знания) в рекламном деловом дискурсе автор активно использует метафоры в политематических и монотематических текстах. Информация, заключенная в метафорах в РТ ДД, передается с помощью механизмов метафорического переноса.

Вопросы получения, кодировки, хранения и передачи информации являются актуальными для автора текста [Глазунова, 2000: 1]. При анализе текста необходимо изучить механизмы преобразования чувственных и мыслительных категорий в языковые структуры. Для автора при создании текста деловой рекламы, образы-символы играют важную роль в процессе получения, передачи и переработки информации. Необходимо выявить способы перехода от мыслительных категорий к языковым структурам, определить соответствие между ними и описать эти явления с собственно лингвистической точки зрения. Процесс метафоризации есть определенная процедура обработки знания. С когнитивной точки зрения **процессы метафоризации** – это специфические операции над знаниями, часто приводящие к изменению онтологического статуса знания (неизвестное становится известным, а известное - совершенно новым) (Баранов А.Н., Караулов Ю.Н., Петрова З.Ю., Скляревская Г.Н., Никитин М.В.).

Система метафорических моделей в дискурсе СМИ служит своеобразным индикатором состояния общественного сознания. В этой системе отражается мировидение действительности участниками коммуникации – независимо от их желания и интенций. Метафоры отражают представление о состоянии в современной деловой среде. Также они формируют это представление.

Метафоризация основана на взаимодействии двух структур знаний – когнитивной структуры «источника» и когнитивной структуры «цели».

Устойчивые соответствия между областью источника и областью цели, фиксированные в языковой и культурной традиции данного общества, получили название «метафорических моделей». «Метафорическая модель» воплощает некий стереотипный образ, с помощью которого образуется опыт и представления о мире.

Метафорическая модель – это существующая или складывающаяся в сознании носителей языка схема связи между понятийными сферами, которую можно представить определенной формулой: «Х – это Y» [http://www.ahmerov.com/book\_468\_chapter\_27\_2.1.\_Metaforicheskaja\_model\_i\_ee\_komponenty.html].

В политематических текстах автор также использует когнитивные метафоры, выраженные определенными метафорическими моделями (65%).

Для лучшего описания метафорического механизма автору необходимо использование достаточно большого объема информации. Так как политематический текст по объему больше чем монотематический, то для них более характерно использование метафорических механизмов. Метафора постепенно получает развитие в политематическом тексте, из абзаца в абзац, из ССЦ в ССЦ.

Рассмотрим метафору в рекламных текстах делового дискурса (РТ ДД) на примере политематического текста. Как известно, в ДД существуют **ориентационные метафоры**, связанные с пространственными понятиями и отношениями. Например: *сlimb to the top of the career ladder* – высоко подняться по служебной лестнице; *be at the very bottom of the career ladder* – занимать низшее положение служебной иерархии [http://en.academic.ru/dic.nsf/enwiki/4142441]. Анализируя тексты деловой рекламы, мы наблюдаем частое использование образа гор в рекламе [Морозова, 2002], то есть использование автором в текстах следующей концептуальной метафоры: «БИЗНЕС – ЭТО ПОДЪЕМ В ГОРУ, УСПЕХ – ЭТО ПОКОРЕНИЕ ВЕРШИНЫ». Рассмотрим следующий пример:

*Tenzing Norgy, natural born investment Banker. The man, who guided Sir Edmund Hillary, to be the best up Everest, was smart, aggressive and utterly unknown. Like him we guide ambitious people to the top. Like him our success is measured with your success. Last year we increased the amount of capital raised for clients by 92%, making the fastest growing investment bank for growth companies. So, if you plan to scale peaks of your own, let us lead. US Bancorp [http:www.theeconomist.com].*

*Unrivaled. When business teams with technology, Veritas gets you to the top.*

*Our expertise across sectors is unequalled. That’s knowledge you can turn to your own advantage* [http:www.theeconomist.com].

Данный текст сопровождаются иллюстрацией гор и людей, покоряющих вершины. Причем люди, покоряющие вершины не являются альпинистами. Автор приводит в тексте изображение бизнесменов, покоряющих вершины. Причем, как правило, это иллюстрации заснеженных гор, со скользкими, извилистыми тропинками, крутыми склонами, отвесными скалами; людей, совершающих восхождение. С помощью иллюстраций автор пытается изобразить и описать трудности и опасность, которые ожидают бизнесмена в бизнесе. Процесс овладения различными бизнес-стратегиями и осуществления разных видов деятельности в бизнесе автор сравнивает с покорением вершины неопытным альпинистом. Вербализация данного метафорического переосмысления происходит благодаря использованию следующих лексических единиц: *to be the best up Everest*, *to guide ambitious people to the top*, *to scale peaks of your own*, *gets you to the top* (покорение собственной вершины). Фирмы предлагают себя в качестве проводника, автор доказывает это, используя следующие лексические единицы: *like him we guide ambitious people to the top*; *leading to results*;, *let us lead*. В данном случае автор РТ подразумевает следующее: «чтобы достичь совершенства, вы нуждаетесь в нашей помощи. Партнерство и сотрудничество с нами приведут вас к успеху». Причем автор проводит разграничение между несколькими случаями использования понятия «вершина». В первом случае понятие «вершина» трактуется автором как «достижение успеха благодаря помощи компании». Во втором случае это трактуется как «достижение собственных целей и удовлетворение собственных амбиций».

Как известно, лексема *the top*, кроме своего значения *the highest part, point of something* имеет значение *the best* и синонимы *best*, *greatest*, *finest*, *ideal*, *the cream of*, *ultimate*, *unsurpassed*, *piece de resistance* и. т.д.

Лексема *summit* также не случайно используется автором рекламного сообщения. *Summit* в значении *the top of a mountain* противопоставляется лексеме *mountain*, предоставляя адресату РТ ДД выбор: опасаться ли восхождения или все же быстро и ловко достичь вершины. Слово *summit* также в деловой среде означает *an important meeting or set of meetings between the leaders of several governments*. Таким образом, автор соотносит в тексте понятия деловой встречи и вершины. Использование лексемы *educating leaders for 800 years* привносит новую информацию в текст, сообщая автору о том, что достигнув вершины в бизнесе, адресат текста станет лидером в бизнес-среде. В данном случае автор использует метафору для передачи информации о том, что обучение по данной образовательной программе позволит адресату текста стать лидером.

Метафоры используются автором в основном для передачи нового знания (рематической информации) (в 70% текстов). Иногда автор использует метафоры также и для выражения тематической информации (30%). Также использование метафоры позволяет сделать объемный, насыщенный информацией политематический рекламный текст более образным и доступным для понимания его адресатом.

**Литература**

1. Глазунова О.И. Логика метафорических преобразований. Поэзия Бродского, творчество Бродского, стихотворения Бродского, Иосиф Бродский: метафизика и реальность. !Иосиф … – 2001; 5-ое изд.
2. Морозова И.Г. Теория и практика структурного анализа рекламного пространства. Серия: Рекламные технологии. Издательство: Гелла-Принт, 2002 г. ISBN: 5-901008-17-0.
3. <http://www.ahmerov.com/book_468_chapter_27_2.1._Metaforicheskaja_model_i_ee_komponenty.html>
4. http:www.theeconomist.com

Т.А. Ширяева

Пятигорский государственный

лингвистический университет

**КОГНИТИВНЫЕ СТРУКТУРЫ В СОВРЕМЕННОМ ДЕЛОВОМ ДИСКУРСЕ**

Бизнес являет собой непрерывные и многообразные контакты с самыми разными людьми. В связи с этим интересным представляется тот факт, что, по подсчетам ученых, служащие в сфере бизнеса тратят 80% своего рабочего времени на деловое общение в той или иной форме [Thill, Courtland, Bovee, 1991]. Это означает, что в процессе коммуникации в деловом сообществе происходит постоянный обмен текстуально организованной смысловой информацией, осуществляемый в рамках определенного социально-экономического и культурного контекста, а продукты текстовой деятельности – тексты делового дискурса – становятся частью предметного мира окружающего человека, неотъемлемым элементом его профессионального опыта и основой его практической деятельности. Это дает основание утверждать, что именно текстовая деятельность является стержневым связующим звеном, организующим взаимодействие всех членов бизнес-сообщества.

Признавая убедительность и логичность размышлений Дж. Ейтс и В. Орликовски, утверждающих, «что члены организации придерживаются определенных правил, то есть структур, с помощью которых они продуцируют и репродуцируют социальные действия, т.е. тексты»[Yates, Orlikowsky, 1992], тем не менее, хотелось бы отметить, что тексты рассматриваются нами не как отдельные образцы использования делового языка, а как звенья в цепи деловых событий, происходящих между участниками профессиональной коммуникации. Так, например, по любым текстам деловых переговоров можно восстановить практически полную картину определенного отрезка деятельности компании. Для любого члена делового сообщества становится очевидным, что данным определенным переговорам предшествовало, какие вопросы обсуждались, какие моменты вызывали разногласия. Более того адресанту и адресату нетрудно будет, основываясь на достигнутых соглашениях, тем или иным образом планировать дальнейшую деятельность, как, например:

*- Let’s agree first on how to organize today’s meeting, shall we?*

*- Uh-huh.*

*- OK, well how about starting with the contract itself? Then we could move on to the product range, sales targets and discounts/ How does that sound for the morning session?*

*- That sounds fine. There’s plenty to talk about there, for sure. Do you want me to start things off?*

*- Why not? Go ahead.*

*- OK, well, as you know, we’ve signed up quite a few overseas agents recently. What we’re looking for really is exclusivity – we think an exclusive agent can offer us more – more commitment, more motivation and better service. We’d like to build up the relationship gradually, based on trust, on common interest…*

*- I’ve got to stop you right there, Peter. Sorry but we can’t agree to that. An exclusive agreement is out of the question. Absolutely impossible.*

*(www.BBC.com)*

Совершенно права Г.Г. Буркитбаева, полагающая, что любое «дискурс-сообщество обладает определенной коммуникативной практикой, которая является относительно стабильной, и в своей деятельности использует специфический набор текстов, в свою очередь, используемых в типичной социальной ситуации, которая включает и определенный набор ее участников» [Буркитбаева, 2005: 45]. Если проецировать данную мысль на деловой дискурс, то можно сказать, что, с одной стороны, через использование определенного набора текстов в типичных ситуациях деловое сообщество ведет свою деятельность. С другой стороны, при изучении текстов анализируется не только структура и содержание дискурса, а также связи с другими текстами, социальными и культурными предпосылками их возникновения.

Деловой дискурс (ДД) представляет собой динамический процесс, частью которого является текст. Однако, текст – это лишь часть дискурса. Кроме текста, дискурс включает социальные условия, которые предопределяют порождение и восприятие текста, ментальные процессы и т.д.» [Fairclough, 1989: 24-25]. Из сказанного выше можно сделать чрезвычайно важный вывод о том, что текст является территорией взаимодействия адресанта и адресата, как раз и обеспечивающей возможность обратной связи, на основе которой протекает речевое взаимодействие. Так, для адресата действительным предметом восприятия «является не текст как лингвистическая данность, а содержание текста в широком смысле, т.е. то в его содержании, что существенно для дальнейшего использования в «большой» деятельности» [Леонтьев, 1972]. Это могут быть цель или мотив адресанта, содержание, цель и условия деятельности общения или другой деятельности, опосредованной данным текстом.

Не вызывает сомнений тот факт, что любой текст, порожденный деловым сообществом «является мысленно кодируемой информационной структурой" [Ченки, 1996: 68], семантическая структура текста ДД – это форма концептуальной структуры, а интерпретация высказывания, то есть его значение, находится в уме, можно предположить, что особенности порождения и понимания текстов ДД, а значит, и в целом особенности профессиональной деятельности современного делового сообщества, нужно искать среди ментальных (когнитивных) структур. Подчеркнем, что именно когнитивные структуры определяют функционирование любых компонентов языковой системы и аспектов ее функционирования - грамматических категорий, синтаксических преобразований, стилей и регистров речи и тд." [Баранов, 2001: 14]. "Постулат о примате когнитивного" гласит, что "за значениями слов стоят тесно связанные с ними когнитивные структуры – сущности, которые можно описать на том или ином из специально разработанных языков представления знаний. Элементами этого языка являются фреймы, сценарии, планы vs. фигура, модель мира, аффективные структуры, сюжетные свертки, оконные структуры текста, рамки внимания и т.д. В данной статье мы остановимся на фреймах ДД как одном из инструментов, помогающих проникнуть в суть делового дискурса, и как следствие, приблизиться к пониманию современного мира бизнеса в целом.

Сталкиваясь с любой новой ситуацией или пересматривая определенную профессиональную проблему, любой представитель делового сообщества ищет в своей памяти структуру, называемую «фреймом», которая «хранит самую суть отношений, используется при необходимости для адаптации к действительности в результате изменения деталей» [Minsky, 1974:2]. *Фрейм* трактуется нами как одна из основных конфигураций представления знаний, изучая роль которых в процессах концептуализации, человек получает возможность раскрыть механизм человеческой когниции, как то: языковой категоризации понятий и явлений окружающей действительности.

Наличие фрейма позволяет относить объект к тому классу, который им определяется [Чейф, 1975], другими словами, фрейм категоризирует определенный объект. Фреймы содержат самую существенную, типическую и потенциально возможную информацию, которая ассоциирована с определенными стереотипами, определяют и описывают самое характерное для данного социума, включая его этно- и социокультурные особенности [Макаров, 2003]. Несмотря на то, что «становление теории фреймов в лингвистике имеет свою предисторию» [Лазарев, Правикова, 2002: 4], общепризнанным на сегодняшний день считается тот факт, что впервые термин «фрейм» был введен в концептуальный аппарат исследований по искусственному интеллекту М.Минским. Согласно его интерпретации, процессы мышления основываются на многочисленных, хранящихся в памяти «структурах данных» [Minsky, 1974: 211]. В дальнейшем ученый внёс уточнения, полагая, что эти структуры являются одним из способов «для представления стереотипной ситуации» и обеспечивают ее адекватную когнитивную обработку [Минский, 1988: 298]. Определяя понятие «фрейм», он указывает, что отправной точкой его теории «служит тот факт, что человек, пытаясь познать новую для себя ситуацию или по-новому взглянуть на уже привычные вещи, выбирает из своей памяти некоторую структуру данных (образ), называемую нами фреймом, с таким расчётом, чтобы путём изменения в ней отдельных частей сделать её пригодной для понимания более широкого класса явлений и процессов» [Minsky, 1974: 274]. Ситуация при этом понимается в обобщенном виде и за ней могут стоять как рассуждения, зрительный образ, так и действия.

В лингвистику понятие фрейм было введено Ч. Филмором. В его представлении, фрейм есть система выбора лингвистических вариантов [Fillmore, 1982], когда под фреймом понимается «набор слов, каждое из которых обозначает определенную часть или аспект некоторого концептуального или акционального целого» [Филмор, 1983: 49]. Позднее Ч. Филмор определяет данное явление как «унифицированные конструкции знания или связанные схематизации опыта» [Филмор, 1988: 54]. И, наконец, в одной из последних работ ученый приходит к пониманию фреймов как когнитивных структур, «знание которых предполагается для концептов, закодированных в словах» [Fillmore & Atkins, 1992: 76].

В лингвистической литературе на сегодняшний день представлено достаточно большое количество точек зрения языковедов, определяющих фрейм с разных позиций. Тем не менее, полагаем необходимым выделить те пункты, по которым ученые едины в своих воззрениях на природу фрейма: практически во всех определениях делается акцент на фрейм как структуру для представления стереотипных ситуаций; фрейм связан, с одной стороны, с вербальным инструментарием языка и, с другой стороны, с когнитивной областью сознания, где имеется схематизированный образ-представление опытного знания человека, активизирующегося посредством языковых структур.

Анализ делового дискурса с когнитивных позиций позволил установить, что ДД актуализирует такие институциональные фреймы, как: ***«Экономика», «Финансы», «Предпринимательство», «Маркетинг», «Институты власти».*** Совокупность всех выделенных институциональных фреймов и актуализирует языковую картину делового сообщества в определенном тексте. Институциональные фреймы, с одной стороны, могут быть ориентированы на использование и описание конкретных и однозначно интерпретируемых ситуаций. С другой стороны, для распознавания смысла любого текста ДД. С этой целью возникает необходимость воссоздания специальных фреймов, ориентированных не на конкретные ситуации или объекты, а на тексты, описывающие их. В основу такого понимания институциональных фреймов положена семиотическая теория текста, нацеленная на выяснение того, как устроен смысл текста в целом, как этот смысл изменяется в процессах первичного и вторичного семиозиса и какой именно смысл подвергается распознаванию и представлению в формализме фреймов [Шингарева, 1982].

Система институциональных фреймов в деловой коммуникации выражена в особом способе подачи и структурирования профессиональной информации: максимальной ее экспликации, относительно жесткой последовательности изложения, особой стратификации и т.д., что в той или иной степени определяется специфическими установками адресанта текста, учитывающего характеристики потенциального адресата.

Подчеркнем, что система институциональных фреймов делового дискурса как в практическом, так и в теоретическом отношении, несомненно, заслуживает внимания, потому что, будучи сложным многоуровневым образованием, является тонким и точным инструментом проведения анализа.

**Литература**

1. Баранов, А.Н. Введение в прикладную лингвистику [Текст] / А.Н. Баранов. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 358 с.
2. **Буркитбаева, Г.Г.** Деловой дискурс: онтология и жанры [Текст] / Г.Г. **Буркитбаева. –** Алматы : Ϝылым, 2005. – 230 с.
3. Лазарев, В.В., Правикова Л.В. Теория фрейма: интердисциплинарный подход [Текст] / В.В. Лазарев, Л.В. Правикова // Когнитивная парадигма: Фреймовая семантика и номинация. Межвузовский сборник научных статей. Вып. 1. – Пятигорск: ПГЛУ, 2002. – С. 3-19.
4. Леонтьев, А.Н. Проблема развития психики [Текст] / А.Н. Леонтьев. – М.: Смысл, 1972. – 238 с.
5. Макаров, М.Л. Основы теории дискурса [Текст] / М.Л. Макаров. – М.: ИТДГТ «Гнозис», 2003. – 280 с.
6. Минский, М. Остроумие и логика когнитивного бессознательного [Текст] / М. Минский // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1988. – Вып. 23. – С. 281-309.
7. Филлмор, Ч. Основные проблемы лексической семантики [Текст] / Ч.Филлмор // НЗЛ. Вып XII. Прикладная лингвистика. – М.: Наука, 1983. – С. 74-122
8. Чейф, У. Значение и структура языка [Текст] / У. Чейф. – М.: Прогресс, 1975. – 348 с.
9. Ченки А. Современные когнитивные подходы к семантике: сходства и различия в теориях и целях / А. Ченки // Вопросы языкознания. 1996. - №2. - с. 68-77.
10. Шингарёва, Е.А. О двух направлениях представления семантики текста (тезаурус и фрейм) [Текст] / Е.А. Шингарёва. – НТИ. Сер.2, 1982, № 8. – С. 7-11.
11. Fairclough, М. The Discourse on Language [Text] / М. Fairclough // The Archaeology of Knowledge & The Discourse on Language. – New York: Pantheon Books, 1989. – P. 215-237.
12. Fillmore, C.J. Frame Semantics [Text] / C.J. Fillmore // Linguistics in the Morning Calm. Linguistic Society of Korea (Ed.) – Seoul: Hanshin, 1982. – P. 111-138.
13. Fillmore, C. and Atkins, S. Towards a frame-based lexicon: the semantics of RISK and its neighbours //*Frames, Fields and Contrasts. New essays in semantic and lexical organisation.-*  Hillsdale, NJ: Erlbaum., 1992. – P. 75-102.
14. Minsky, M. A Framework for Representing Knowledge [Text] / M.Minsky. – N.Y., 1974. – 306 p.
15. Thill J., Courtland L. Bovee, Excellence in Business Communication (8th Edition) [Текст] / John V. Thill, Courtland L. Bovée. – New York : McGraw-Hill, 1991. – 542 pp.
16. Yates, J., Orlikowsky, W.J. Genres а Organisational Communication: a Structural Approach to Studying Communication and Media [Text] / J. Yates, W.J. Orlikowsky // Academy of Management Review, 1992. – V.17 (2). – P. 29-326.

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| ***Есаян В.С.***  О некоторых стратегиях, используемых при обучении говорению на иностранном языке………………………………………………… | 3 |
| ***Морозова Е.Н.***  Префиксы глаголов как способ выражения значений фазовости (на материале немецкого и русского языков)……………………… | 9 |
| ***Орлова Т. А.***  Языковая репрезентация образа культурной России  в англоязычных СМИ ……………………………………………… | 16 |
| ***Павлова Ю.В.***  Обучение интерпретации аутентичного публицистического текста в преподавании профессионального английского языка………… | 22 |
| ***Пономаренко Е.В.***  Об использовании приема сигналов-фигур для развития коммуникативной компетенции студентов………………………… | 28 |
| *Потеряхина И.Н.* Экологические проблемы языка в современной лингвистике…….. | 35 |
| ***Sibul Victoriya***  Categorization studies in linguistics…………………………………… | 42 |
| ***Смоленцева М.В.***  Фонация как средство передачи эмоционального состояния любви в песенном дискурсе на материале разноструктурных языков (русского, немецкого и марийского)………………………………… | 50 |
| ***Степанов Д.А.***  Использование мотивационных стратегий при обучении иностранному языку в неязыковом вузе …………………………… | 53 |
| ***Степанова С.А.***  Эвфемизм как явление лингвокультуры……………………………. | 58 |
| ***Триус Л.И.***  Современный взгляд на изучение прагматики бизнес  контрактов ……………………………………………………………. | 65 |
| ***Храмченко Д.С.***  К вопросу оформировании арсенала лексических средств в английском деловом дискурсе  (функционально-синергетический подход)………………………. | 72 |
| ***Черкасова М.А.***  Языковая личность в пространстве институционального дискурса…….......................................................................................... | 75 |
| ***Чиликина Е.В.***  Роль метафорических моделей в рекламных текстах делового дискурса……………………………………………………………… | 81 |
| ***Ширяева Т.А.***  Когнитивные структуры в современном деловом дискурсе………………………………………………………………. | 86 |