

Махортова Т. Ю.

СТАТУСНО-РОЛЕВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ УЧАСТНИКОВ БАНКОВСКОГО ДИСКУРСА

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2008/2-3/66.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2012. № 2 (9): в 3-х ч. Ч. III. С. 154-157. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2008/2-3/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

паде эта местность граничила с двумя большими *плодородными полосами земли* (выделено нами – Д. М.). Главный лагерь племени находился на юго-западе этого пространства, у пересечения двух так называемых марсианских каналов» [Берроуз 1995: 38]. Если привязать эти координаты к карте Лоуэлла, тогда окажется, что Тарк (как названа эта местность у Берроуза) расположен между каналами № 178 (Scamander) и № 291 (Xanthus). К юго-западу от Тарка расположены: канал № 166 (Leontes) и гипотетический канал № 182. Планируя побег, Джон Картер рассуждает о марсианской географии: «Большой водный путь, который ведёт к Гелиуму, находится всего в пятидесяти милях к югу отсюда... Но оттуда до Гелиума пятьсот миль...» [Берроуз 1995: 84]. Далее принцесса Дея Торис показывает на карте канал, расположенный в 200 милях к северу от Тарка. Сравнение с картой Лоуэлла показывает, что первого канала не существует, зато второй действительно находится в 200 милях (6 ареографических градусов) от Тарка, координаты которого приводит Берроуз, соответствия каналу № 181 (Helison). Он действительно ведёт в область Гелиума, координаты которой скрупулёзно приведены Берроузом [Берроуз 1995: 85, 127].

Таким образом, большинство городов-государств Барсума расположены либо возле Лоуэлловских каналов, либо в областях, называемых Лоуэллом «оазисами». Он описывает их так: «...оазисы оказываются столь же типической и специфической особенностью Марса, как и каналы». Впрочем, точно привязать города Берроуза к оазисам Лоуэлла затруднительно... (Мэхаффи приводит следующий аргумент: в 1905 г. Лоуэлл выпустил свой глобус Марса¹ и новую карту в меркаторовой проекции [Лоуэлл 1906]. Координаты многих объектов и каналов в том числе, оказались смещены по сравнению с 1895 г. Кроме того, ряд каналов и оазисов, показанных в издании 1895 г., отсутствовали, зато появились новые каналы, в том числе двойные. Эти карты теоретически могли стать источником вдохновения для Берроуза, но при этом Большой и Малый Гелиум невозможно привязать к картам Лоуэлла от 1905 года!).

Берроуз продолжал марсианский цикл в течение 30 лет. После великих противостояний 1924 и 1939 гг. наблюдениями Э. Антониади и его коллег все теории Лоуэлла были опровергнуты [Сурдин 2004: 115-117], однако реалии Барсума остались прежними. Впрочем, по мере создания новых сюжетов и романов, в них появлялись новые города и области, которым необходимо было найти место в уже созданном мире. Характерно, что все эти новые города по-прежнему хорошо поддаются привязке к картам Лоуэлла 1895 г.

Использовал ли Эдгар Берроуз карты Лоуэлла при создании Барсума? Приведённые аргументы свидетельствуют в пользу данного предположения. «Каналы» Лоуэлла оказались следствием оптических аберраций, помноженных на великую мечту человека о космических братьях.² Лоуэлл – некогда серьёзный уважаемый учёный, оказался ненаучным фантастом, а проблемы, столь волновавшие публику в начале XX в. были с появлением искусственных спутников Марса попросту забыты... [Хэтерингтон 1981] Сугубо же развлекательные, многократно порицаемые критиками за «легковесность», романы Берроуза обретают сугубо «материальную», даже научную (точнее, паранаучную) основу. Это вновь выводит нас к вопросу о границах авторского воображения в фантастической литературе, но данный вопрос находится уже вне контекста настоящего исследования.

Список использованной литературы

1. **Берроуз Э. Р.** Марсианские войны: Принцесса Марса; Боги Марса; Владыка Марса: Фант. романы / Пер. с англ. Э. К. Бродерсена. – М.: АРМАДА, 1995. – 473 с.
2. **Берроуз Э. Р.** Марсианские империи: Мечи Марса; Искусственные люди Марса; Ллана из Гатола; Джон Картер – марсианин: Фант. романы / Пер. с англ. – М.: АРМАДА, 1993. – 620 с.
3. **Берроуз Э. Р.** Марсианские рыцари: Тувия, дева Марса; Марсианские шахматы; Великий ум Марса; Боевой человек Марса: Фант. романы / Перев. с англ.; сост. В. Н. Маршавин. – М.: АГРА & ИНРЕЗЕРВ при участии НПО «Полёт», 1993. – 592 с.
4. **Марс: великое противостояние** / Ред.-сост. В. Г. Сурдин. – М.: Физматлит, 2004. – 224 с.
5. **Bozarth, David Bruce.** A Barsoom Glossary: Maps of Barsoom. - <http://www.erblast.com/abg/maps.html>.
6. **Hetherington, Norriss S.** Percival Lowell: Professional Scientist or Interloper? // Journal of the History of Ideas. – 1981. – Vol. 42. - № 1. – P. 159–161.
7. **Lowell Percival.** Mars – 1895 / Produced by Eric Hutton. – 1995. - <http://www.wanderer.org/references/lowell/Mars/>
8. **Lowell Percival.** Mars and its Canals. – N.Y.: The Macmillan Company; L.: Macmillan & Co., Ltd., 1906. - <http://www.archive.org/details/marsanditscanals00loweiala>.
9. **Mehaffey Leathem.** Burrough's Barsoom and Lowell's Mars: A Map for the Interpretation of Barsoomian Geography. - <http://www.erbzine.com/mag14/1438.html>.

СТАТУСНО-РОЛЕВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ УЧАСТНИКОВ БАНКОВСКОГО ДИСКУРСА

Махортова Т. Ю.

Волгоградский государственный университет

Банковский дискурс является разновидностью институциональной коммуникации и представляет собой

¹ Его репродукции см.: [Сурдин 2004: 52-53, 56, 67, 68].

² Не всегда благожелательных, о чём свидетельствует уэлловская «Война миров», созданная как раз на основе теории Лоуэлла.

многоаспектный социальный феномен, важнейшую составляющую социального взаимодействия, поскольку охватывает разнообразные сферы жизни современного социума. В рамках коммуникативной лингвистики банковский дискурс (БД) рассматривается нами как интерактивное институциональное общение, характеризующееся следующими основными признаками: статусно-ролевые характеристики участников общения, прототипное место, цели и стратегии общения.

В качестве участников БД мы выделяем адресанта (банк как общественно-экономический институт) и социопрагматически связанного с ним адресата (коммуникант, вступающий в контакт с данным институтом). Во взаимодействии данные участники коммуникации реализуют различные комбинации статусно-ролевых характеристик.

Ядро БД составляет профессиональное общение участников коммуникации, реализующееся в вариантах: банк ↔ банк, банк ↔ реальный клиент, банк ↔ сотрудник банка, банк ↔ акционер, банк ↔ инвестор и т.д. На периферии БД находится социально-информационное общение банка с коммуникантами, представленное следующими вариантами: банк ↔ внешняя общественность (общественные и государственные институты, акционеры, инвесторы, СМИ, потенциальные клиенты, потенциальные сотрудники банка и т.д.), банк ↔ внутренняя общественность (сотрудники банка).

Спецификой БД являются особые статусные характеристики участников общения, интерпретируемые как соотносительное положение участников общения в социальной системе, включающее права и обязанности и вытекающее отсюда устойчивое шаблонное поведение в соответствии с взаимными ожиданиями участников общения. Выражение статусно-ролевых характеристик может быть вербальным и невербальным, прямым и косвенным.

Для выявления средств языковой экспликации статусно-ролевых характеристик участников БД нами был проанализирован текстовый материал из различных немецкоязычных источников: справочных изданий, специальной литературы по банковскому делу, банковских публикаций (проспекты, годовые отчеты и др.), публикаций в СМИ (новостные, аналитические, имиджевые, рекламные материалы о банках). Статусно-ролевые характеристики участников БД устанавливаются на основе их функциональных признаков в различных сферах коммуникации в рамках данного типа дискурса (см. Таблицу 1).

Табл. 1. Статусно-ролевые характеристики участников БД

Сфера коммуникации	Участники БД	
	Адресант (банк)	Адресат (коммуникант, вступающий в контакт с банком)
сфера общественного устройства	общественно-экономический институт	общество
сфера экономических отношений	финансово-кредитное учреждение	реальный клиент акционер инвестор
сфера социальных взаимодействий	просветитель консультант имиджмейкер рекламодатель спонсор	общественность потенциальный клиент банковский персонал представители СМИ

В плане общественного устройства банк представляет собой специализированный общественно-экономический институт, то есть выполняет функцию одной из форм общественного устройства. Для прямого вербального выражения данной статусно-ролевой характеристики банка используются следующие лексические единицы: *Bank, Bankinstitut*.

В сфере экономических отношений банк является кредитно-финансовым учреждением, реализующим функции мобилизации денежных доходов и сбережений и превращения их в капитал, предоставления кредитов, осуществления денежных расчетов, выпуска ценных бумаг и др. Таким образом, банк выступает в роли финансового оператора, кредитора, посредника в платежах. Языковая экспликация данных статусно-ролевых характеристик банка реализуется на лексическом уровне: с помощью лексико-семантической парадигмы со значением «субъект финансово-экономической деятельности»: *Kreditinstitut, Geldinstitut, Bank, Bankhaus, Kreditanstalt, Bankanstalt, Finanzdienstleister, Kreditgeber*.

В зависимости от специализации деятельности, организационно-правовой формы, размеров банк приобретает дифференциальные статусно-ролевые характеристики, вербализующиеся с помощью членов лексико-семантической парадигмы с общим значением «кредитно-финансовое предприятие», например: *Zentralbank, Landeszentralbank, Großbank, Universalbank, Privatbank, Direktbank, Geschäftsbank, Privatbankhaus, Online-Bank, Handelsbank, Notenbank, Schiffsbank, Genossenschaftsbank, Sparkasse, Bausparkasse, Depositenbank, Wertpapiersammelbank, Girobank, Girozentrale, Kreditbank, Hypothekenbank, Wechselbank, Effektenbank, Versicherungsbank, Investitionsbank, Immobilienbank, Bürgschaftsbank, Teilzahlungsbank* и др. Значительный объем данной парадигмы обусловлен высоким уровнем развития германской банковской системы, представленной широкой сетью банковских учреждений и богатым спектром предоставляемых услуг.

Наряду с коммерческими функциями банк осуществляет также социально-информационную деятельность, выполняя следующие функции: просветительская деятельность по общеэкономическим вопросам, информирование широкой общественности о роли банков в современной рыночной экономике, формирование положительного стереотипа восприятия банковского учреждения в массовом сознании, финансовое содействие развитию культуры, науки, спорта и др. Таким образом, в сфере социальных взаимодействий банк является активным социально-экономическим субъектом.

Реализация социально-информационных функций предписывает банку роли просветителя, консультанта, имиджмейкера, рекламодателя, спонсора, мецената и т.д. Необходимо отметить некоторые особенности выражения данных статусно-ролевых характеристик банка. Прямое вербальное выражение не является характерным для индикации ролей банка в сфере социальных взаимодействий. Индикация ролей происходит в основном опосредованно, то есть с помощью различных мероприятий социально-информационного характера: издание просветительских брошюр экономической тематики и фирменных проспектов; публикация в СМИ новостных, аналитических, имиджевых, рекламных материалов; проведение презентаций, пресс-конференций, спонсорских и благотворительных акций и т.п. При этом используются разнообразные сочетания вербальных и невербальных средств.

Прямая языковая экспликация статусно-ролевых характеристик прослеживается в отношении спонсорской роли банка. В текстах газетных и журнальных публикаций, освещающих спонсорские и благотворительные акции, для номинации банка употребляется лексическая единица *Sponsor*. Однако стоит отметить относительно низкую частотность употребления данной лексической единицы. В большей степени авторы публикаций используют описательный способ выражения статусно-ролевых характеристик банка, выступающего в качестве организатора спонсорских и благотворительных акций, например:

Mit Werken des seit fünf Jahren in Hof lebenden Malers eröffnete die SchmidtBank Hof nach einer längeren Umbauphase ihrer Filiale in der Altstadt am Donnerstag die neue Reihe "Kunst in der Bank" (Hofer Anzeiger, 09./10.05.1998).

Die SchmidtBank macht sich ganz stark für den Kinderlauf. Viele Preise und Präsente sind der Bank zu danken (Wochenspiegel, 17.06.1998).

Как уже упоминалось выше, вторым участником БД является коммуникант, вступающий в контакт с банком, также имеющий ряд статусно-ролевых характеристик.

На уровне общественного устройства таким коммуникантом является общество, то есть совокупность людей, объединенных исторически обусловленными социальными формами совместной жизни и деятельности. Для прямого вербального выражения данной статусно-ролевой характеристики используется лексическая единица *Gesellschaft*.

В сфере экономических отношений коммуникантами, контактирующими с банком, являются физические или юридические лица, выступающие в роли его реальных клиентов. Способом языковой экспликации данной статусно-ролевой характеристики является использование единиц лексико-семантического поля «Kunde»: *Kunde, Bankkunde, Kundschaft, Kundenkreis, Kundenstamm*.

Вербальная дифференциация статусно-ролевых характеристик адресата БД в данной сфере коммуникации реализуется с помощью членов лексико-семантической парадигмы с общим значением «клиент». При этом наименования клиентов различаются

- по правовому статусу, например: *Privatkunde, Geschäftskunde, Firmenkunde, Unternehmerkunde, Konzernkunde*;
- по каналу общения, например: *Personal-Kunde, Direktkunde, Telefon-Kunde, Online-Kunde*;
- по виду предоставляемой услуги, например: *Einleger, Sparer, Bausparer, Deponent, Kontoinhaber, Versicherungsnehmer, Kreditnehmer*.

Необходимо отметить, что номинация по виду предоставляемой услуги является регулярным способом создания новых слов, функционирующих, однако, в ограниченных рамках профессионального подязыка «Банковское дело», например: *Postbank Giro plus-Kunde, Giro plus-Kontoinhaber*.

В сфере социальных взаимодействий адресатом БД является широкая общественность: (*Öffentlichkeit*), банковский персонал (*Bankenpersonal, Mitarbeiter*), акционеры (*Aktionäre*), инвесторы (*Anleger, Investoren*), представители СМИ (*Journalisten*).

В сфере банковской коммуникации принято соблюдение всех статусных признаков. В устных жанрах БД, например, консультация в банке, при обращении к клиенту любого социального положения, ранга и возраста со стороны представителя банка используется вежливая формула *Herr/Frau + фамилия*, при обращении к большой аудитории, например, выступление перед акционерами, *Meine Damen und Herren*.

В таких письменных жанрах, как информационное письмо, письмо-обращение к акционерам, годовой отчет о деятельности банка, употребляются уважительные формулы обращения к одному лицу: *Sehr geehrte(r) Frau(Herr) + фамилия*, к массовой аудитории: *Sehr geehrte Damen und Herren Aktionäre; Sehr geehrte Aktionärin, sehr geehrter Aktionär; Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Aktionäre und Geschäftsfreunde; Sehr geehrte Geschäftsfreunde* и др., актуализирующие статусно-ролевые признаки адресатов БД.

К сотруднику банка коммуникант (например, реальный/потенциальный клиент) обращается также *Herr/Frau + фамилия* (в случае, если уже знаком со своим индивидуальным консультантом или получил информацию об этом служащем) или использует общие побудительные фразы *Entschuldigung, darf ich Sie*

etwas fragen? Können Sie mir sagen, ob/was/wo ...? Sagen Sie mir bitte, was/wo/wieviel ...? и т.д. В общении между сотрудниками банка возможна более свободная система обращения в зависимости от того, каковы обстоятельства общения - возраст, степень личного знакомства, занимаемая должность, место встречи. Стоит отметить сложившуюся тенденцию общения банковских служащих между собой по имени и на «ты», особенно в крупных банках. Обращение на «ты» стало элементом новой банковской корпоративной культуры, тем не менее, в присутствии клиентов все же принято обращаться друг к другу на «Вы».

Таким образом, на основании проведенного исследования можно сделать вывод о том, что в зависимости от сферы коммуникации участники немецкоязычного банковского дискурса имеют различные статусно-ролевые характеристики, реализация которых осуществляется преимущественно средствами лексического и синтаксического уровней.

Список использованной литературы

1. **Карасик В. И.** Язык социального статуса / В. И. Карасик. - М.: «Гнозис», 2002. - 333 с.
2. **Махортова Т. Ю.** Характеристики банковского дискурса / Т. Ю. Махортова // Актуальные проблемы коммуникации и культуры: Межд. сб. науч. тр. - Москва-Пятигорск: Пятигорский государственный лингвистический университет., 2005. - Вып. 2. - С. 224 - 229.

ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ КАК ВИД САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ АУДИТОРНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ ЯЗЫКОВОГО ФАКУЛЬТЕТА (НА ПРИМЕРЕ ОБУЧЕНИЯ ФОНЕТИКЕ)

Милютинская Н. Ю.

Удмуртский государственный университет

В условиях современного культурно-образовательного пространства становится актуальным требование к личным качествам учащихся: умение самостоятельно пополнять знания, вести самостоятельный поиск необходимого материала, быть творческой личностью. Ориентация процесса образования с преподавания и обучающей деятельности преподавателя на учебную деятельность (учение) студентов представляется крайне необходимым, так как будущий специалист в языковой области должен уметь прогнозировать собственную стратегию развития, и находить эффективные пути управления своей профессиональной деятельностью. В связи с этим ученые [Соловова 2006: 3] определяют новую цель образовательного процесса, которая заключается в воспитании компетентной личности, ориентированной на будущее, способной решать типичные проблемы и задачи исходя из приобретенного учебного опыта и адекватной оценки конкретной ситуации.

Дидактическое оснащение процесса обучения выразительности речи предполагает реализацию *основной цели* - личностное и профессиональное развитие будущего специалиста в области языка путем формирования профессионально значимых навыков выразительности речи, которые содержат акустико-артикуляционную, ритмико-мелодическую, темпо-голосовую и акцентуационную выразительность с целью усиления коммуникативного эффекта. Система обучения выразительности речи на иностранном языке представляет собой логически завершенное единство занятий различного типа, на основе которых конструируются циклы занятий. Мы выделяем цикл занятий по развитию базисных навыков выразительности; цикл занятий по практическому применению навыков ритмико-интонационной выразительности (РИВ) речи в коммуникативно-обусловленных ситуациях; цикл занятий по формированию комплексного представления о РИВ речи на основе теории и практики; цикл занятий по развитию речевых умений; цикл контрольных занятий. Особое значение мы придаем лабораторным занятиям, способствующим формированию стратегий самостоятельной работы, воспитанию творческой активности и инициативы, профессиональному и личностному развитию будущего специалиста по иностранному языку. Следует отметить, что цикл лабораторных практикумов является интегративной составляющей системы занятий по обучению выразительности речи и может осуществляется как на постановочном, так и на стабилизирующем и корректировочном этапах обучения, так как способствует формированию у студентов фонологического слуха посредством обильного слушания магнитофонных записей, просмотра видеофильмов, работы с учебно-электронными программами обучения. Под лабораторным практикумом мы понимаем вид самостоятельной практической работы студентов, в ходе которой учащиеся путем усиленной мыслительной деятельности, выбора и выполнения учебных заданий решают учебные языковые задачи. В основе самостоятельной работы студентов лежат принципы: самостоятельности, развивающе-творческой направленности, целевого планирования, личностно-деятельностного подхода. Самостоятельная работа студентов на лабораторном практикуме проводится с целью систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений студентов; развития познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности; формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации; развития рефлексивных умений. Согласно основной цели и конкретной задаче лабораторные практикумы подразделяются на подготовительные, речевые (аудитивные аудиовизуальные) [Колкер, Устинова 2002: 13]. Подготовительные лабораторные практикумы характеризуются тем, что параллельно с выполнением коммуникативного задания учащийся осознает направленность работы на преодоление конкретных фонетических трудностей, в то время как в лаборатор-