

Рябкова Е. С.

ЯЗЫК И КУЛЬТУРА. СОЦИАЛЬНЫЕ РОЛИ

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2008/2-3/83.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. 193-195. 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

“Are you a diver?”

“No. Believe it or not, I’m here on business. I’m a lawyer ...” [DG: 156-157].

Необходимо отметить, что в коммуникативные роли партнеров входит восприятие чужой речи и реакция на нее. Речевое взаимодействие Митча и Эйлин направлено на адаптацию партнеров друг к другу, а также к конкретной коммуникативной ситуации знакомства, в которой происходит общение.

В дискурсах Ив и Джорджа, Митча и Эйлин нами обнаружены и другие вопросы, используемые с целью получения информации о собеседнике: *Where is your home? Where were you born? Have you lived there long? Will you be going back soon? Are you married? Are you always this direct? Painting is very serious to you, qui? What’s your major? Did you always know you wanted to go into literature? What kind of music do you like? Do you play any sports?* Некоторые вопросы касались третьих лиц, входящих в окружение речевых партнеров: *Who do you live with? Tell me about your life: family, work, hobbies.* Налицо проявление эмоции интереса со стороны коммуникантов. В результате первичного когнитивного диалога они формируют представление друг о друге, которое служит основой либо аттрактивности, либо антипатии, что подтверждает мнение зарубежного лингвиста С. Пинкера о том, что люди общаются не словами, не фразами, не текстами, а картинками и представлениями, гештальтами [Pinker 1995].

Речевое поведение влюбленных на этапах знакомства и узнавания носит циклический характер. Суть его состоит в том, что через определенные промежутки времени влюбленные используют интеррогативы с целью реконструирования общения, после того как число вербальных интеракций между ними начинает сокращаться, то есть происходит понижение интенсивности общения. Такая интерпретация цикличности коммуникации влюбленных позволяет говорить о полифункциональности интеррогативности.

Резюмируя сказанное выше, подчеркнем, что для романтических отношений характерен непрерывный обмен личностно-значимой информацией, при котором возникает взаимная эмоциональная привязанность партнеров по коммуникации, их ответственность за сохранение сложившихся отношений. Речевое поведение влюбленных на этапах знакомства и узнавания отличается повышенной интеррогативностью, имеющей циклический характер. В рамках ориентационного диалога, направленного на получение информации о партнере, происходит адаптация речевых партнеров друг к другу и к конкретной коммуникативной ситуации, в которой происходит речевое взаимодействие. Комплиментарность - одна из характеристик дискурсов влюбленных. В ситуации знакомства происходит вербализация восхищения внешностью партнера по коммуникации через использование в речи завышенных эмоциональных оценок.

Список использованной литературы

1. **Барт Р.** Фрагменты речи влюбленного. - М.: Ad Marginem, 1999. – 432 с.
2. **Йокояма О.** Когнитивная модель дискурса и русский порядок слов. - М.: Языки славянской культуры, 2005. – 424 с.
3. **Кант И.** Собрание сочинений. - 1976. - Т. 5. - С. 278-392.
4. **Berger C. R.** Proactive and Retroactive Attribution Processes in Interpersonal Communications // *Human Communication Research.* - 1975. - № 2. - Pp. 33-50.
5. **Berger C. R., Kellermann K. A.** Personal Opacity and Social Information Gathering: Explorations in Strategic Communication // *Communication Research.* - 1989. - № 16. - Pp. 314-351.
6. **Daly J. A., Wiemann J. M.** Strategic Interpersonal Communication. - Lawrence Erlbaum Associates, 1994. – 316 p.
7. **Kellermann K. A.** Anticipation of Future Interaction and Information Exchange in Initial Interaction // *Human Communication Research.* - 1986. - № 13. - Pp. 41-75.
8. **Pines A. M.** Falling in Love: Why We Choose the Lovers We Choose. - Routledge, 2000. – 284 p.
9. **Pinker S.** The Language Instinct. How the Mind Creates Language. - NY: W. Morrow and Co., 1995. – 494 p.

Источники фактического материала

1. **Grisham J.** The Firm. - New York: Dell Publishing, 1991. – 501 p.
2. **Sheldon S.** Master of the Game. - New York: Warner Books, 2001. – 495 p.

ЯЗЫК И КУЛЬТУРА. СОЦИАЛЬНЫЕ РОЛИ

Рябкова Е. С.

Поволжская государственная академия телекоммуникаций и информатики, г. Самара

Проблема "язык и культура" многоаспектна. Языковедческий аспект проблемы по меньшей мере двупланов, поскольку язык и культура взаимодействуют.

Культура противостоит природе. Лат. cultura (от colo - обрабатываю, возделываю, развожу) означало нечто возвращенное трудом человека, в отличие от дикорастущего. Культура - это продукт социальной, а не биологической активности людей. Язык же выступает как явление и культуры и природы. Бесспорно, что язык - это одно из важнейших достижений социальной истории человечества, слагаемое культуры и ее орудие. Однако, с другой стороны, в самой материи языка, в ряде существенных характеристик языковой структуры сказалась биологическая природа человека. Здесь многое определено возможностями физиологии и психофизиологии речевой деятельности.

Подобно тому как в культуре каждого народа есть общечеловеческое и этнонациональное, так и в семантике каждого языка есть отражение как общего, универсального компонента культур, так и своеобразия культуры конкретного народа. Универсальный семантический компонент обусловлен единством видения мира людьми разных культур. Это принципиальное единство человеческой психики проявляется на разных уровнях семантической организации языков - от широких и устойчивых тенденций до "точечных" универсальных явлений. Так, в любых культурах говорящие нуждаются в различении субъекта действия и его объекта, предмета и признака, тех или иных временных и пространственных отношений. Межкультурное сходство самих процессов языкового общения проявляется в том, что все языки различают говорящего, слушающего и неучастника общения (в этом назначении категории лица); все языки различают вопросы и утверждения; всюду в сообщении вплетаются модальные или эмоциональные оценки говорящими того, о чем идет речь, или самой речи.

Различия между языками, обусловленные различием культур, заметнее всего в лексике и фразеологии, поскольку номинативные средства языка наиболее прямо связаны с внеязыковой действительностью. В любом языке и диалекте есть слова, не имеющие однословного перевода в других языках. Это так называемая безэквивалентная лексика, в основном - обозначения специфических явлений местной культуры. В случае заимствования в чужой язык безэквивалентные слова называют экзотической лексикой (экзотизмами). Экзотизмы и этнографизмы не столько раскрывают или толкуют чужую культуру, сколько символизируют ее. Так, слова *эсквайр*, *спикер*, *крикет*, *шиллинг* прочно ассоциируются с Англией; *сакура*, *гейша*, *икэбана*, *сакэ* - знаки традиционной японской культуры и т. д.

Экзотизмы хронологические - это историзмы. Они тоже непереводимы, а между тем это ключи к пониманию прошлого культуры. Национально-культурное своеобразие лексики может проявляться не только в наличии серий специфических слов, но и в отсутствии слов для значений, выраженных в других языках. Такие "пробелы", "белые пятна на семантической карте языка", называют *лакунами*. Как и безэквивалентные слова, лакуны заметны только при сопоставлении языков. Причины лакун различны. В одних случаях лакуны обусловлены различием соответствующих культур. Например, в английском языке, кроме слова *lawyer* - юрист, адвокат, есть еще несколько обозначений разновидностей адвокатской профессии: *attorney* уполномоченный, поверенный, *barrister* адвокат, имеющий право выступать в высших судах *solicitor* "стряпчий" (консультирует клиентов, в том числе организации и фирмы; подготавливает дела для барристера; имеет право выступать в низших судах), *counsel* юрисконсульт, *counsellor* советник, *advocate* адвокат высшего ранга (Великобритания, 1978). В русском языке этим обозначениям соответствует одно слово - *адвокат*. В других случаях лакуна обусловлена не отсутствием в одном из языков соответствующего денотата, а тем, что языку как бы не важно различать то, что другой язык различает.

Лексика прочно связана с культурой народа: 6 - 7% слов безэквивалентны; в силу фоновых различий "не до конца" переводимо большинство слов; идиоматична (непереводима) вся фразеология; заимствованное слово также обычно не вполне эквивалентно по значению своему прототипу в языке-источнике; общие заимствования в разных языках всегда оказываются в той или иной мере "ложными друзьями переводчика". А обозначения явлений природы (как солнце или болото) могут обладать разной коннотацией. Вот почему, полное овладение языком немислимо, без усвоения культуры народа.

Воздействие культуры на язык проявляется в своеобразии самого процесса общения в разных культурах, что сказывается в некоторых особенностях лексики и грамматики, а также в особенностях нормативно-стилистического уклада языка. В каждой культуре поведение людей регулируется сложившимися представлениями о том, что человеку полагается делать в типичных ситуациях: как ведет себя пешеход, пассажир, врач, пациент, гость, хозяин, продавец, покупатель, официант, клиент и т. д. В социальной психологии такие модели, или шаблоны, поведения называют социальными ролями личности. Естественно, что социальные роли в разной степени стандартны: высокой стандартностью обладают ситуативные роли (пешеход, кинозритель, клиент парикмахерской и т.п.); гораздо менее стандартны постоянные роли, связанные с полом, возрастом, профессией человека.

Существенным компонентом ролевого поведения является речь. Каждой социальной роли соответствует определенный тип речевого поведения, свой набор языковых средств. Речевое поведение человека в той или иной роли определено культурными традициями общества. У разных народов общение в "одноименных" ситуациях (например, разговор мужа с женой, отца с сыном, учителя и ученика, хозяина и гостя, начальника и подчиненного и т. п.) протекает в разной стилистической тональности. В одних культурах разговор детей и родителей характеризуется сильным стилистическим контрастом (специальные формы почтения, показатели покорности, обращение к родителям типа "на вы" и т.п.); у других народов это общение в большей мере "на равных".

Разнообразны модели речевого поведения гостя и хозяина. У североамериканских индейцев вполне обычен невербальный контакт: можно прийти к соседу, молча покурить полчаса и уйти; это тоже общение. В европейских культурах фактическое общение обычно заполнено речью, создающей хотя бы видимость обмена информацией.

Культурные традиции определяют разрешенные и запрещенные темы разговора, а также его темп, громкость, остроту.

Таким образом, национально-культурная специфика речевого поведения сказывается в том, что стилистические средства, имеющие "одноименную" стилистическую маркированность (отмеченность), в разных

культурах могут быть связаны с нетождественными коммуникативными ситуациями, с различными стереотипами поведения.

Национальное своеобразие речевого поведения может затрагивать не только стилистику, но и некоторые более глубокие области языка - его грамматику и высокочастотную лексику. Например, в корейском языке категория вежливости насчитывает семь ступеней: 1) почтительная, 2) уважительная, 3) форма вежливости, характерная для женской речи, 4) учтивая, 5) интимная, 6) фамильярная, 7) покровительственная. Для каждой формы вежливости характерен свой набор грамматических, словообразовательных, лексических показателей. Существуют также грамматические и лексические синонимы, основное различие между которыми состоит в том, что они сигнализируют разную степень вежливости.

Современные представления о функциях языка, т.е. о его роли или назначении в жизни общества) могут быть систематизированы в соответствии со структурой коммуникативного акта как базового понятия теории коммуникации.

Основные компоненты коммуникативного акта таковы:

Референция (лат. *referre* - сообщать, докладывать; называть; соотносить) - это содержание сообщения. В осуществлении референции, т.е. в сообщении определенной информации, состоит коммуникативная функция языка/речи. Это главная функция языка и основная функция большинства коммуникативных актов. С референцией связана и вторая важнейшая функция языка - познавательная.

С *адресантом* (отправителем сообщения) и *адресатом* (получателем сообщения) связаны такие функции, как регулятивная, или призывно-побудительная, т.е. функция регуляции поведения адресата со стороны отправителя сообщения; экспрессивная, или эмотивная, функция состоящая в выражении субъективно-психологического состояния говорящего. Если цель конкретного коммуникативного акта состоит в том, чтобы наладить - или упрочить *контакт* между его участниками, то язык выступает в фатической функции. *Код* в речевой коммуникации - это тот язык или его вариант (диалект, сленг, стиль), который используют участники данного коммуникативного акта. Если высказывание направлено на то, чтобы пояснить характер использования кода (языка), то имеет место метаязыковая функция. *Сообщение* понимается как процесс и результат порождения речи, т.е. текст. "Направленность (*Einstellung*) на *сообщение*, как таковое, сосредоточение внимания на сообщении ради него самого - это *поэтическая*, или эстетическая функция языка".

Коммуникативная и познавательная функции являются основными. Они почти всегда присутствуют в речевой деятельности, поэтому их иногда называют функциями языка, в отличие от остальных, не таких обязательных, функций речи. По-видимому, не бывает сообщений, выполняющих только одну функцию, но можно говорить о преобладании той или иной функции в конкретном речевом акте.

Список использованной литературы

1. **Бенедиктов С. Б.** Лексикологический анализ одновременного восприятия и воспроизведения речи: Автореф. канд. дисс. - Вильнюс, 1974.
2. **Богородцкий В. А.** Очерки по языковедению и русскому языку. - М., 2004.
3. **Встречи этнических культур в зеркале языка.** - М., 2002.
4. **Якобсон Р.** Введение в анализ речи. Различительные признаки и их коррелянты / Р. Якобсон, Г. Фант, М. Хале / Пер. с англ. // Новое в лингвистике. - М., 1962. - Вып. 2.

ОВЛАДЕНИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИЕЙ СТУДЕНТАМИ ИНЖЕНЕРНО-ТЕХНИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ В ВУЗЕ

Рябцева Е. В.

Тамбовский государственный технический университет

Основная глобальная цель обучения иностранному языку в неязыковом вузе - приобретение обучающимися коммуникативной компетенции, уровень которой позволяет использовать иностранный язык практически как в профессиональной (производственной и научной) деятельности, так и для самообразования. Наиболее распространенное понятие «коммуникативная компетенция» в современной лингводидактике подразумевает трехуровневую модель [Богданов 1990; Ёйм 1987; Hatch 1992], в которую традиционно включают:

- лингвистическую компетенцию, то есть умение оперировать арсеналом разноуровневых средств языка;
- энциклопедическую компетенцию, то есть умение пользоваться знаниями различных предметных областей, включая профессиональную деятельность специалиста;
- интерактивную компетенцию, то есть умение устанавливать и поддерживать речевой контакт с партнером, соблюдая правила общения, принятые в иноязычном социуме [Кочеткова 2000].

Как показывает анализ научно-педагогической и учебно-методической литературы, мнения большинства современных авторов в отношении **классификации целей и задач обучения ИЯ** в техническом вузе расходятся. Одни авторы стремятся к обобщению, а другие не учитывают всех аспектов обучения ИЯ в техническом вузе. Так, например, Нистратова Е. В. трактует цели обучения иностранному языку в широком смысле как *планируемый результат* учебно-воспитательного процесса, в котором отражаются изменения, происхо-