

Стренева Н. В.

[ГРАФФИТИ ГЛАЗАМИ СТУДЕНТОВ \(РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ\)](#)

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2008/2-3/88.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. 206-208. 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

совершаемое человеком зло тоже есть доказательство того, что личности присуща свобода воли, составляющая онтологическое основание личности и доказывающая Божественное происхождение человека.

Список использованной литературы

1. Бердяев Н. Миросозерцание Достоевского // Русская идея. - М.: АСТ, 1999.
2. Достоевский Ф. М. Дневник писателя. Избранные страницы. - М.: Современник, 1989.
3. Достоевский Ф. М. Записки из подполья: Полное собрание сочинений в 30-ти томах. - Ленинград: Наука, 1972-1990. - Т. 5.
4. Достоевский Ф. М. Бесы. - М.: Славянка, 1994.
5. Новгородцев П. И. Сочинения. - М.: Раритет, 1995.
6. Сагатовский В. Н. Русская идея: продолжим ли прерванный путь? – СПб.: Петрополис, 1994.
7. Франк С. Л. Духовные основы общества. - М.: Республика, 1992.

ГРАФФИТИ ГЛАЗАМИ СТУДЕНТОВ (РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ)

*Стренева Н. В.
Оренбургский государственный университет*

В последнее время появляется все больше работ, посвященных изучению различных сторон «живой» коммуникации, в частности, описанию разговорной речи. В практике филологических исследований укрепилась тенденция смыслового и семантико-структурного изучения текста. Наиболее популярны и детально развиваются подходы к тексту, сформулированные в работах Л. В. Щербы, М. М. Бахтина, В. В. Виноградова, И. Р. Гальперина, О. И. Москальской, И. В. Арнольд, Н. В. Черемисиной и др.

Объектом рассмотрения данной работы являются тексты граффити, которые, несмотря на большую распространенность, входят в область малоизученных явлений. Подобные проявления языкового сознания считаются «отрицательным языковым материалом» [Щерба 1974: 24]. Хотя, как показывает анализ публикаций, в последнее время ученые уделяют изучению подобного материала все больше внимания. Не стоит «отворачиваться от подобных фактов, не закрывать на них глаза, не считать их «низкими» или недостойными внимания - все они, вплоть до самого пустякового слова-паразита, суть проявления человеческого духа» [Норманн 1991: 37].

Б. Ю. Норманн предметом своего изучения видит «лингвистику каждого дня». Его интересует «речевая среда обитания, а также то, как человек ее воспринимает и - для себя - организует» [Норманн 1991: 36]. Граффити, на наш взгляд, является важным элементом «языковой среды» студента.

Отличительной особенностью этих текстов является тот факт, что подобные тексты создаются человеком, пишущим в неформальной ситуации, «для себя», чаще таясь от других (как в случае с надписями на партах в учебных аудиториях), но с надеждой на «признание», с явным намерением довести до других свои переживания и мысли, с уверенностью «кто-нибудь прочтет и допишет».

Граффити всегда эмоциональны, экспрессивны, их создание направлено на признание, на дальнейшую трансляцию, на вступление читающих в диалог с автором. Мы провели анкетирование, цель которого - выяснить отношение молодых людей к граффити как к языковому факту, к существующему явлению действительности, узнать мнение студентов о степени распространенности граффити, попытаться установить причины и мотивы возникновения надписей на партах, стенах и т.д. Результаты данного анкетирования рассматриваются в рамках исследования композиционно-графических и пунктуационных особенностей граффити [Стренева 2006: 152-159].

Анкетирование проводилось среди студентов 1-5-го курсов Оренбургского государственного университета (315 информантов). Респондентам было предложено ответить на 10 вопросов, но в данной работе мы проанализируем лишь некоторые ответы информантов. Студентам было предложено, как можно подробнее ответить на следующие вопросы, подчеркивая вариант ответа.

1. Часто ли вам приходится сталкиваться с таким явлением как надписи на предметах, не предназначенных для письма (парта, стул, скамья, стена и т.д.), которые называют «граффити»? Да Нет

Анкетирование показало, что подавляющее большинство - примерно 96,5% достаточно часто сталкивались с граффити. И только 3,5% решили, что не встречались с подобным явлением. Примечательно, что большинство респондентов, отвечая на дальнейшие вопросы, показали, что не только сталкивались с подобным явлением, проявляя к нему интерес, но и сами являются авторами многих текстов граффити. Только одна анкета содержит «нет» на большинство вопросов: ее автор не видел граффити, они не привлекают его внимание, он их не читает и сам не пишет. Автор еще одной анкеты к граффити относится негативно, не встречал таких надписей, но, вместе с тем, признается, что пишет сам и интересуется, тем, что пишут другие.

При анализе анкет наше внимание привлекло графическое оформление ответов. В первом вопросе анкеты было предложено, как можно подробнее ответить на следующие вопросы, подчеркивая вариант ответа (да / нет). Выбранные студентами графические формы репрезентации ответа распределились следующим образом:

- в 43% анкетах слова «да» и «нет» были подчеркнуты;
- в 17,5% анкетах - обведены в кружок;

- в 38% анкетах респонденты используют галочку;
- в 19% анкетах стоит знак плюс.

Интерес вызывает тот факт, что такое разнообразие встречается, не смотря на предложенный вариант графического оформления ответа: подчеркнете вариант ответа. Однако респонденты, избирали свои собственные графические варианты, что, безусловно, говорит о стремлении не быть как все, не следовать предписанным правилам даже в таком виде работы.

2. Ваше отношение к подобным надписям?

- а) положительное; б) нейтральное; в) негативное; г) иное.

Безусловно, граффити достаточно распространенное явление. И наличие надписей в «не положенных местах» даже у молодых людей не всегда вызывает положительные эмоции. Так, почти 30% опрошенных негативно относятся к граффити и их наличию и созданию. 2,2% - положительно воспринимают подобное «творчество». Подавляющему большинству (72,4%) - «все равно». Данная группа респондентов охарактеризовала свое отношение к граффити как нейтральное. Хотя, с другой стороны, примерно 79% опрошенных «интересно, что пишут». 4% - считают граффити интересными и занятными. 5% признают, что пишут сами и, изучая надписи, выделяют свои «произведения» и то, что написали их знакомые. 20,6% респондентов предлагают свой вариант ответа: 16% считают, что граффити - достаточно яркие, бросаются в глаза и их читают «по неволе». 4,6% констатируют, что не читают граффити.

3. Где чаще всего наблюдается подобное «творчество»? Поставьте + в нужной колонке. В данном вопросе анкеты мы предложили респондентам охарактеризовать частоту встречаемости граффити в зависимости от места их нахождения. Студентам было предложено 6 вариантов ответов возможного местоположения граффити (5 заданных: парта, стена, скамья, перила моста, стул, и свой вариант) и шкала частоты возможного появления надписей на этих поверхностях. Эта зависимость отражена на Рисунке 1.

53% опрошенных считают, что иногда граффити появляются на стене. По мнению 58,7% редко надписи можно встретить на стуле, 19% - никогда не видели граффити на перилах моста. Однако 31,7% респондентов ставят именно это место вторым в списке возможного появления надписей. Большинство респондентов (97%) считают, что чаще всего граффити появляются на парте, что обусловлено пространством, в котором протекает основная деятельность студентов.

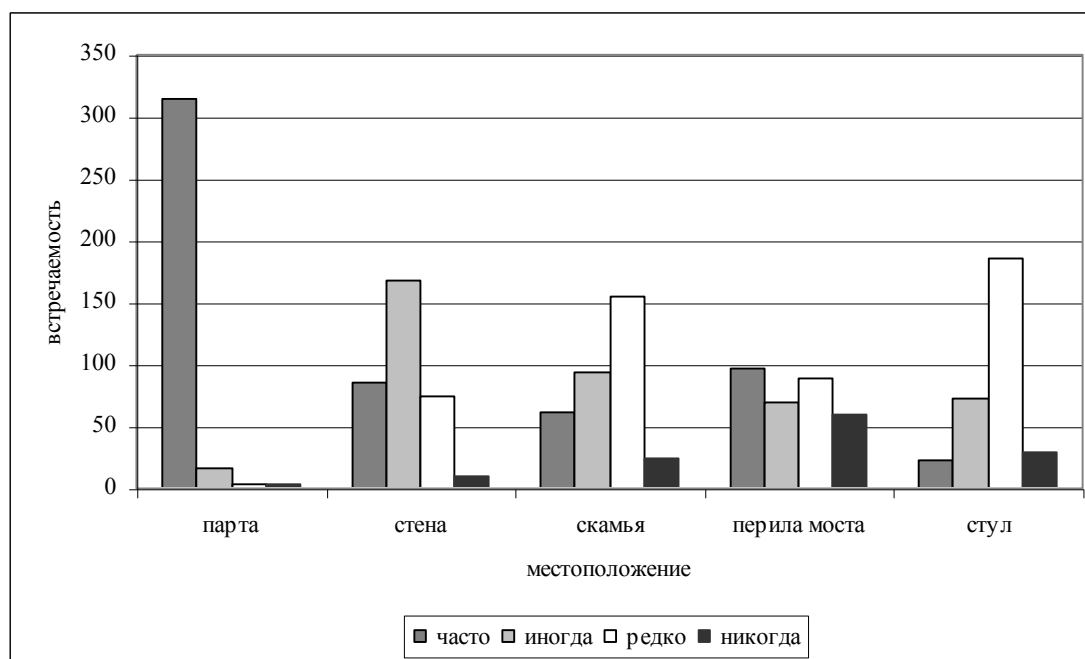


Рис. 1. Частота встречаемости граффити в зависимости от места их нахождения

4. Почему, на Ваш взгляд, появляются «граффити»? Что заставляет молодых людей создавать такого рода тексты? Поставьте + в нужной колонке.

Ответы респондентов на этот вопрос отражены в Таблице 1. 66,6% студенческой аудитории главной причиной появления граффити считают желание выделиться, получить «признание», довести до других свои переживания и мысли. Примечательно, что студенты не склонны писать «из вредности»: это мнение разделяют 28% респондентов. 12% информантов считают, что чаще всего парта - удобное место хранения информации и выделяют вариант «шпаргалка».

Табл. 1. Мотивы и частота появления граффити

| Мотивы | часто | иногда | редко | никогда |
|---|-------|--------|-------|---------|
| желание оставить послание тем, кто его увидит и прочтет | 66,6% | 28% | 7,6% | 0 |
| скучно сидеть на занятии | 59,6% | 38% | 7% | 0 |
| для развлечения | 50% | 35% | 13,3% | 3,4% |
| можно написать то, что нельзя сказать, то, что волнует в данный момент | 20,3% | 22% | 42% | 13,3% |
| «из вредности»: все говорят, что писать на партах, стенах и т.д. нельзя | 8,2% | 20% | 43% | 28% |
| оставить память о своем пребывании в каком-либо месте | 5% | 32,3% | 13% | 3,4% |
| записка соседу | 12,3% | 32,3% | 38% | 18% |
| другой вариант | 12% | | | |

Молодежь не логична и не последовательна в своих ответах. Часто ответы информантов идут в разрез с практикой, демонстрируя негативное отношение, что выражается в неправдивых ответах (предпочитают ответ «нет»). Не смотря на предложенный образец заполнения анкеты, молодые люди выбирали иные свои графические формы репрезентации ответов на вопросы, используя разные когнитивные стратегии переработки и репрезентации информации.

Список использованной литературы

1. **Норман Б. Ю.** Лингвистика каждого дня. - Мн.: Выш. шк., 1991. - 303 с.
2. **Стренева Н. В.** Некоторые аспекты графической репрезентации студенческих граффити // Вестник ОГУ. - Оренбург: ГОУ «ОГУ», 2006. - № 11. - С. 152 – 159.
3. **Щерба Л. В.** О трояком аспекте языковых явлений и об эксперименте в языкознании / Л. В. Щерба // Языковая система и речевая деятельность. – Л.: Наука, 1974. – С. 24–39.

**СПОСОБЫ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ НЕДОСТАТКА ЛЕКСИЧЕСКИХ ЗНАНИЙ У СТУДЕНТОВ
ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА НЕЯЗЫКОВОГО ВУЗА**

*Сухарева Т. Н., Москалёва Е. В.
Мичуринский государственный аграрный университет*

С целью выявления проблем, связанных с недостатком знания лексики у студентов экономического факультета, мы предложили учащимся прочитать и пересказать один абзац текста. Основным условием было то, что текст следует пересказывать «своими словами». Предполагалось, что учащиеся должны были рассказывать материал неспециалисту, роль которого выполнял учитель. «Подстраивание» высказывания под ресурсы говорящего посредством изменения, уменьшения или полного отказа от первоначального содержания определяется нами как редукативное поведение.

Выяснилось, что учащиеся достаточно часто отказывались передавать содержание текста вообще (избегание темы), так как не были готовы к уроку, либо просто не поняли его содержания. Так сложность текста, под названием "Shoe - leather costs" заключалась в том, что в нем «затраты на кожу ботинок» метафорически обозначали время и усилия, требуемые для того, чтобы изымать деньги банка частями, а не целиком, что, в частности, является выгодным для клиента. Эта метафора и послужила поводом для возникновения на уроке ситуаций типа:

S.: Shoe - leather costs ... it is the extra time and effort that people ...

T.: ... take when they go to a bank. Yes? ...

S.: ... Дополнительное время, которое нужно для ... (идет обсуждение содержания текста среди учащихся на русском языке).

S.: ... что же нужно сказать? ... Тань, ну скажи что-нибудь.

После обсуждения содержания текста с учителем, учащиеся, казалось, поняли смысл, однако предложили перейти к следующему материалу.

В ходе опытного обучения также выяснилось, что чаще всего У прибегали к стратегии «избегания передачи задуманного смысла» (или сокращения темы). Данный тип редукативной стратегии подразумевает сокращение темы путем отказа от определенных языковых структур, задуманных элементов или тем. Причем к этому типу мы отнесли как те случаи, когда У начинает высказывание и не завершает его, так и высказывания, содержащие сокращения на уровне предложения или сверхфразового единства.

Ситуация 1.

Исходный вариант:

Business is a commercial enterprise performing all those functions that govern the production, distribution, and sales of goods and services for the benefit of the buyer and the profit of the seller. **Since the beginning of the era of economic progress** old ways of conducting business have been modified and new forms of business organization