

Букеева Мария Евгеньевна

**ГИБРИДНОСТЬ И ЕЕ ПРОЯВЛЕНИЯ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОМ ПРЕЗЕНТАЦИОННОМ ДИСКУРСЕ  
(НА ПРИМЕРЕ ИНФОРМАЦИОННО-РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ)**

В статье рассматривается полидискурсивность презентационного дискурса, обуславливающая комплексное использование разных видов гибридизации: сценарной, концептуальной, структурной и лексической. Гибридность отчетливо проявляется в жанровой организации презентационного дискурса. Его жанровая система способна в силу своей полифункциональности и универсальности аккумулировать знания из различных областей, которые могут быть представлены в дальнейшем в разнообразных текстах с учетом специфики типа среды - виртуальной, письменной, электронной и др., а также социокультурных параметров адресата. Анализ информационно-рекламных материалов позволяет проследить реализацию вышеперечисленных свойств.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2014/4-2/14.html](http://www.gramota.net/materials/2/2014/4-2/14.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2014. № 4 (34): в 3-х ч. Ч. II. С. 58-62. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2014/4-2/](http://www.gramota.net/materials/2/2014/4-2/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)  
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [voprosy\\_phil@gramota.net](mailto:voprosy_phil@gramota.net)

Постоянно звучали обвинения, что Арцыбашев аккумулировал процессы, которые привели к такому всплеску суицидов. Однако забывалось, что писатель – это не идеолог, он лишь отображал процесс упадничества, который царил в обществе и, проанализировав его, сделал вывод, куда будет двигаться развитие данного феномена.

Однако феномен упаднических настроений, всеобщая депрессия, «эпидемия самоубийств» послужили также некоторым соединяющим элементом, новым ориентиром в социуме. Подобное обновление позволило прийти новым героям и в литературу, и в общество. Для этого требовалось расчистить платформу, «убрать» все отжившие, неработающие больше формы, самоуничтожиться слабым организмам, которые помешают дальнейшему развитию нации.

Михаил Арцыбашев в своей творческой системе выстроил и показал именно такое развитие событий. Писатель выписал того нового героя, который переборол пессимизм времени и нашел силы жить и радоваться этой самой жизни: это герой крайнего индивидуализма, олицетворением ему станет Владимир Санин из одноименного произведения «Санин» [1].

#### Список литературы

1. **Арцыбашев М.** Санин. Кровавое пятно. Рабочий Шевырев. Деревянный чурбан. Кемерово: Кемеровское книжное изд-во, 1990. 532 с.
2. **Арцыбашев М. П.** У последней черты // Арцыбашев М. П. Собр. соч. в 3-х т. М.: ТЕРРА, 1994. Т. 2. 453 с.
3. **Волгин П.** Мертвецкая // Живое слово. СПб., 1912. № 6. С. 61-97.
4. **Дюркгейм Э.** Самоубийство: Социологический этюд / под ред. В. А. Базарова. М.: Мысль, 1994. 339 с.
5. **Коробка Н.** Литературное обозрение // Запросы жизни. М., 1912. № 9. С. 259-361.
6. **Л. М.** Дружба смерти // Земщина. 1912. 16 февраля. С. 12-36.
7. **Пайман А.** История русского символизма. М.: Наука, 1998. 440 с.
8. **Пильский П. П.** М. Арцыбашев (Революция и беллетристика) // Свобода и жизнь. 1906. 20 ноября. С. 12-44.

#### PHENOMENON OF DECADENCE IN THE END OF THE XIX - BEGINNING OF THE XX CENTURY (BY THE EXAMPLE OF AUTHORIZING SYSTEM OF M. P. ARTSYBASHEV)

**Borisova Yana Igorevna**

*Lipetsk State Technical University  
yanaskakova@yandex.ru*

The article considers the meaning of decadence sentiments and their role in the formation of public conduct. The attention is given to the detection of ulterior motives which lead to the emergence of crisis sentiments in the society. The place of literature in the formation of social conscience is analyzed. The factors without which no transient phenomenon happens in society are considered.

*Key words and phrases:* social system; decadence; literature of transition time; suicides; decadence; depressive sentiments; crisis.

УДК 81'42

#### Филологические науки

*В статье рассматривается полидискурсивность презентационного дискурса, обуславливающая комплексное использование разных видов гибридации: сценарной, концептуальной, структурной и лексической. Гибридность отчетливо проявляется в жанровой организации презентационного дискурса. Его жанровая система способна в силу своей полифункциональности и универсальности аккумулировать знания из различных областей, которые могут быть представлены в дальнейшем в разнообразных текстах с учетом специфики типа среды – виртуальной, письменной, электронной и др., а также социокультурных параметров адресата. Анализ информационно-рекламных материалов позволяет проследить реализацию вышеперечисленных свойств.*

*Ключевые слова и фразы:* презентационный дискурс; гибридация; гибридность; гибридный жанр; жанр презентации; текст-репрезентант.

**Букеева Мария Евгеньевна**

*Московский государственный лингвистический университет  
mbuluchevskaya@mail.ru*

#### ГИБРИДНОСТЬ И ЕЕ ПРОЯВЛЕНИЯ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОМ ПРЕЗЕНТАЦИОННОМ ДИСКУРСЕ (НА ПРИМЕРЕ ИНФОРМАЦИОННО-РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ)<sup>©</sup>

Развитие и совершенствование коммуникации, как правило, происходит в результате гибридации уже существующих общепринятых форм взаимодействия. В лингвистике гибридация трактуется как процесс создания нового более совершенного многокомпонентного образования путем соединения нескольких элементов из одной или различных областей знания. Вслед за О. К. Иришановой, мы полагаем, что гибридация

является «естественным процессом преобразования мира, который, хотя и реализуется в творческой деятельности говорящего, но происходит по законам, не зависящим от индивида или не всегда им осознаваемым» [6, с. 57]. Примером процессов гибридизации может служить презентационный дискурс (далее – ПД), который нередко характеризуется как осознанная «статусно-ролевая деятельность людей» [8, с. 11], необходимая для выполнения прагматических установок адресанта и коммуникативных потребностей адресата. По мнению И. Гофмана, презентационная функция проявляется в большей или меньшей степени в любом из видов институционального дискурса, так как вся деятельность человека делится на «рутинные действия и исполнение действий перед другими» [3, с. 54]. Так, презентационность заключается «в закреплении в сознании клиентов положительных характеристик агентов соответствующего института» [1, с. 13].

Принято считать, что создание ПД вызвано наслоением ментальных пространств, в результате которого возникают смешанные / интегрированные пространства. Они порождаются на структурной основе исходных пространств, образуя при этом новую уникальную структуру. Такое наслоение приводит к использованию в процессе взаимодействия нескольких разновидностей институционального дискурса – научного, технического, маркетингового, банковского, финансового, рекламного, образовательного, оценочного, межличностного, электронного и других. В этом смысле ПД является продуктом *смешения*, *слияния* или *диффузии* различных видов дискурса, что придает ему характерные черты и особенности, формирующие в дальнейшем его гибридный характер.

В широком смысле под гибридностью понимается свойство какого-либо явления, которое образуется в результате соединения различных черт и признаков элементов. В лингвистике данный термин рассматривается как понятие, близкое по смыслу к многокомпонентности, мультимодальности и креолизации.

Гибридизация ПД происходит в нескольких плоскостях; так, первоначально осуществляется выбор сценария развития социокультурного взаимодействия. Слияние нескольких сценариев в некое единство обеспечивает широкие возможности для информативного насыщения текстов, поскольку сценарий обуславливает оформление знаний сложного формата, сохраняя при этом общепринятые правила и нормы жанровой специфики коммуникации.

Жанры презентационного дискурса представляют собой «особое соединение, сочетание конкретных признаков различных жанров, образующих в единстве новый тип формы, более глубокую жанровую сущность» [2, с. 3] и по этой причине обладают свойством гибридности.

Проведенный нами анализ эмпирического материала свидетельствует, что ПД актуализирует жанры рекламы, жанры научного дискурса, презентационного дискурса, маркетингового, экономического, технического видов дискурса, генерируя в дальнейшем различного рода тексты – листовки, буклеты, проспекты, каталоги. Порождаемые тексты нацелены на установление контакта с разными группами адресата, информирование аудитории о новых товарах и услугах, рекламу объекта презентации и др. Многообразие задач требует формирования жанровой организации ПД, а именно комплекса гибридных жанров, которые предъясняются в ходе общения в определенной последовательности. Коммуникативная логика взаимодействия в ПД предполагает обращение к *жанру рекламы*, *жанру интернет-сайта* и собственно к *жанру презентации*, которые в своей совокупности формируют жанровую систему ПД.

Дуалистичность ПД – его способность выступать как в виде автономного образования, так и как части целого – позволяет в качестве доминирующего жанра ПД выделить *жанр презентации*.

Задачи жанра презентации заключаются в том, чтобы: 1) инициировать процесс взаимодействия с адресатом; 2) поддерживать общение на следующих этапах разворачивания ПД; 3) служить многоаспектному представлению объекта презентации с учетом социокультурных характеристик адресата.

На основании вышеизложенного представляется целесообразным провести анализ вербальных и невербальных средств на примере текста-репрезентанта жанра презентации и, соответственно, ПД – *проспекта*.

Существующая практика работы в *жанре презентации* свидетельствует о том, что в разработке материалов принимают участие специалисты различного профиля. Внешнее оформление, содержание и специфика продвижения материалов относятся к задачам маркетологов, техническое наполнение осуществляется инженерами, план распространения материалов продумывают менеджеры и руководство компаний. На наш взгляд, следующий пример из проспекта наглядно демонстрирует процесс внутрикорпоративного взаимодействия специалистов, ср.: *Schenck Process – ein Name, der seit Jahrzehnten für erfolgreiche Produkte zum Wagen und Dosieren steht. Die Mehrfachdosierstation MULTIGRAV® ist zur kontinuierlichen Dosierung von freifließenden Granulaten eingesetzt (пример из информационно-рекламного проспекта компании «Schenck Process GmbH»).* / *Schenck Process – компания, имя которой на протяжении десятилетий связано с успешным дозированием и взвешиванием продуктов. Многоступенчатая станция дозирования MULTIGRAV® используется для непрерывного дозирования свободно текущих гранулированных материалов.*

Данный отрывок содержит элементы *жанра рекламы* (ср. напр.: *Schenck Process – ein Name, der seit Jahrzehnten für erfolgreiche Produkte Wagen und Dosieren steht.* / *Schenck Process – компания, имя которой на протяжении десятилетий связано с успешным дозированием и взвешиванием продуктов*) и *научно-технического жанра* (ср.: *Die Mehrfachdosierstation MULTIGRAV® ist zur kontinuierlichen Dosierung von freifließenden Granulaten eingesetzt.* / *Многоступенчатая станция дозирования MULTIGRAV® используется для непрерывного дозирования свободно текущих гранулированных материалов.*), реализуемые в жанре презентации, а именно в проспекте.

В процессе деятельности по продуцированию текста человек обращается к существующей в его сознании языковой картине и знаниям о мире. Напомним, по мнению О. К. Ирисхановой, «любая креативная деятельность,

в том числе и языковая, опирается на способность человека творчески интегрировать в новые ментальные конструкты разнородные концептуальные сущности (концепты, фреймы, ментальные пространства)» [5, с. 6]. При этом комплекс языковых единиц, содержащихся в тексте, отражается в сознании адресата и стимулирует возникновение у него соответствующих представлений.

**Сценарная гибридизация** заключается в соединении нескольких сфер в единое пространство, которое отличается большей информативностью. Гибридизация дискурса на уровне его жанровой организации способствует созданию новых форм коммуникативного воздействия, запускает творческие процессы адресанта, а также адресата. Жанровое многообразие прослеживается в существующих формах презентации, которые могут использоваться в зависимости от коммуникативно-прагматической ситуации.

Сценарная гибридизация проявляется в смешении стилей описания, например, полутермины (ср.: *Produktpalette, optional / Ассортимент продукции, в качестве опции*) используются наряду с обращениями и выражениями, служащими установлению контакта с адресатом (ср.: *zu Ihrer Verfügung, Ihre Anforderungen / в Ваше распоряжение, Ваши требования*). Повтор притяжательного местоимения Ваш(е) – *Ihre*, привлекает внимание адресата к повествованию.

Содержание проспекта характеризуется большим числом сложносоставных слов, в которых один компонент представлен общеупотребительной лексикой, в то время как второй элемент несет в себе техническую информацию, они выступают в роли полутерминов, ср.: *Bandsteigung, Wägestation, Betriebssicherheit, Fördermenge, Bandbeladung, Materialströme, Überlastungsschutz, Kabelschaltkasten. / Уклон ленты, станция дозирования, надежность в эксплуатации, количество транспортируемого материала, загрузка ленты, потоки материала, защита от перенапряжения, кабельный ящик управления.*

Е. В. Долгова отмечает, что «жанровая принадлежность языковых единиц определяет особенности их употребления в текстах» [4, с. 51]. Необходимость использования данных лексических единиц возникает в ответ на требования коммуникации. О. К. Ирисханова полагает, что «языковые единицы, создаваемые в актах номинации, отражают творческое осмысление и конструирование мира человеком. В связи с этим особую значимость приобретает вопрос о реализации лексической единицей лингвокреативного потенциала, изначально заложенного в акте словообразования, при дальнейшем функционировании этой единицы в дискурсе» [5, с. 6]. Лексическая гибридизация на уровне составления вместе двух или более основ обязательна для выражения сложных концептуальных образований, возникающих при знакомстве с текстом. В данном случае речь идет о «концептуальной гибридизации» [Там же, с. 7], так как за языковыми единицами стоят различные концепты.

**Концептуальная гибридизация** возникает там, где есть возможность соединения различных идей и представлений и реализации творческого потенциала адресанта. Интенции адресанта стимулируют поиск средств с максимальной силой воздействия, которые способны вызвать положительный отклик у адресата.

Структура проспекта также носит гибридный характер, что выражается в комбинировании вербальных и невербальных средств. **Структурная организация** проспекта включает в себя текст, совмещенный с изображениями, фотографиями, графическими объектами и т.п.

Композиционно информация распределяется следующим образом: на первой странице название компании, логотип, заглавие последующего текста, общие сведения, фотографии либо изображения объекта презентации, например, ср.: *Know-How in Sachen Transportprozesse für Straße und Schienen (заглавие текста); Ein heißes Thema. Kompetenz in der Gießereiindustrie, Chargieren & Schmelzen, Auspacken, Kühlen, Fördern. / Ноу-хау в вопросах транспортных процессов для взвешивания рельсовых и безрельсовых транспортных средств; актуальная тема. Компетентность в области литейной промышленности, загрузки и плавления, разгрузки, охлаждения, транспортировки.*

На второй и третьей страницах проспекта размещаются общая информация и описание оборудования, ср.: *Wirtschaftlichkeit und Sicherheit sind entscheidende Faktoren im Bereich der Transportautomatisierung. Um beide Faktoren zu gewährleisten, werden Güter entsprechend erfasst und verwogen. Angesichts steigender Rohstoffpreise bilden das Gewicht der Ladung die Berechnungsgrundlage für den Güterumschlag und vermeidet gleichzeitig eine Überladung: das eichgenaue Verwiegen und eine optimale Gewichtsverteilung stellen für jede Art von Gütertransport einen großen sicherheitstechnischen und wirtschaftlichen Faktor dar.*

**Präzises Verwiegen und flexible Automatisierungstechnik – Straße und Schiene.**

*Schenck liefert Gleiswaage...*

**Lösungspaket:** *Dynamische Wäge- und Diagnosesysteme... (пример из информационно-рекламного проспекта компании «Schenck Process GmbH»).* / Экономическая выгода и надежность являются решающими факторами в области транспортной автоматизации. Для того чтобы гарантировать оба условия, груз соответствующим образом группируется и взвешивается. С учетом роста цен на сырье вес груза формирует основу расчетов для переработки грузов и одновременно предотвращает перегрузку: точное взвешивание и оптимальное распределение веса обеспечивают высокую техническую безопасность и экономичность для любого вида грузового транспорта.

**Точное взвешивание и гибкая техника автоматизации – для взвешивания рельсовых и безрельсовых транспортных средств.**

*Компания Schenck поставяет вагонные весы...*

**Решение:** *динамические системы взвешивания и диагностирования...*

В данном отрывке текста представлены элементы различных видов институционального дискурса: экономического, о чем свидетельствует использование специальной лексики (ср.: *Wirtschaftlichkeit, steigender*

*Rohrstoffpreise, Berechnungsgrundlage / экономическая выгода, рост цен на сырье, основа расчета*); технического (ср.: *Transportautomatisierung, Ladung, Dynamische Wäge- und Diagnosesysteme, Überladung / автоматизация транспортных средств, груз, динамические системы взвешивания и диагностирования, перегрузка*) и рекламного (ср.: *Sicherheit, eine optimale Gewichtsverteilung, sicherheitstechnisch, beide Faktoren zu gewährleisten / надежность, оптимальное распределение веса, гарантировать оба условия*).

Результат взаимодействия разновидностей институционального дискурса проявляется, прежде всего, в **лексической гибридизации**. Новые гибридные лексемы, возникающие в процессе создания презентации и отражающие специфику деятельности адресанта, позволяют зафиксировать в сознании адресата образ компании, предлагаемые товары и услуги, ср.: *Wägeelektronik, Wägezelle, Bandwaage, Dosierbandwaage / весовая электроника, весовая ячейка с тензодатчиком, ленточные весы, ленточный весовой дозатор*.

Характерной особенностью технического описания являются английские заимствования, пронизывающие все сферы жизни и деятельности общества. В технической отрасли английская лексика обеспечивает некую универсальность данных и унифицирование понятий, что упрощает понимание. Например: *Steel, Quick Clean Aufbau, Process, Weight / сталь, быстро очищаемая конструкция, процесс, вес*.

Название оборудования, как правило, сохраняется на английском языке во всех странах, даже при условии перевода презентационных материалов, например: *MechaTron, ConiFlex, Coni-Steel, Multidos u m.д.*

Имя компании *Schenck Process* состоит из двух слов, одно из которых использует на английском языке, несмотря на тот факт, что идентичное слово присутствует в немецком языке, но отличается по написанию. Англицизмы встречаются практически во всех текстах, например: **Chip-Karte; Dosieren von Schüttgütern wie Pulver, Granulate, Chips, Flocken und Fasern; USB-Schnittstelle; Feldbusanschluss; PC-Software; Profibu; Device usw.** / карта-чип; дозирование сыпучих материалов: порошкообразных, гранулированных, в виде чипсов, хлопьев, волокон; USB-порт; место присоединения шины; программное обеспечение персональных компьютеров; устройство и т.д.

Способы подключения и скриншот (снимок) экрана приводятся с данными на английском языке, так создается единое информационное пространство, подразумевающее знание специальной терминологии на английском языке.

Перспектив способствует реализации прагматических целей адресанта и формирует основания для осуществления институциональной коммуникации в профессиональной среде, что превращает ПД в средство достижения консенсуса между участниками социокультурного взаимодействия.

Перспектив выражает смешанную модель текста – сценарий, обеспечивающую возможность ее многократного использования и трансляции через несколько «коммуникативно-информационных каналов» [7, с. 114]. Наполнение перспектив графическими объектами способствует одновременному решению нескольких коммуникативно-прагматических задач.

Сценарный и концептуальный виды гибридизации свидетельствуют о новом явлении – жанре, который соединяет в себе информативный, рекламный, научный компоненты. Анализ *перспектив* доказывает, что все языковые средства, а также его «открытая» структура естественным образом «принимают» заданный вектор гибридизации, т.е. диффузия на этих уровнях **неизбежна и продумана** вследствие изначальной неоднородности дискурса, а также поиска точек пересечений между прагматическими установками адресанта и материально-духовными потребностями адресата.

Преимущество разработки уникального сложного гибридного жанра проявляется в процессе его использования:

- презентационные материалы, разработанные с учетом жанровой специфики, являются унифицированной формой коммуникации и могут предъявляться на всех стадиях ее реализации;
- соединение средств визуализации и вербального научно-технического блока позволяет реализацию ПД посредством современных мультимедийных средств, воздействуя тем самым на адресата и одновременно используя несколько каналов восприятия информации, а также демонстрируя профессиональные возможности адресанта.
- гибридные жанры ПД, а также их тексты-репрезентанты могут быть использованы в других разновидностях институционального дискурса – в медицинском, юридическом, педагогическом и др., что требует сохранения структурных особенностей и соответствующего комбинирования языковых и неязыковых средств.

#### Список литературы

1. Бейслинсон Л. С. Профессиональный дискурс: признаки, функции, нормы: монография. Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2009. 266 с.
2. Гапоненков А. А. Проблема жанрового синтеза в романах «Бесы» Ф. М. Достоевского и «Мастер и Маргарита» М. А. Булгакова: дисс. ... канд. филол. наук. Саратов, 1995. 198 с.
3. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / пер. с англ. А. Д. Ковалева. М.: Канон-Пресс-Ц; Кучково поле, 2000. 304 с.
4. Долгова Е. В. Лексико-фразеологические особенности речевого жанра «Портрет делового человека» в дискурсе СМИ // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 3 (21): в 2-х ч. Ч. I. С. 50-53.
5. Ирисханова О. К. Лингвокреативные основания теории номинализации: дисс. ... докт. филол. наук. М., 2004. 332 с.
6. Ирисханова О. К., Ивашко Е. А. Процессы гибридизации в языке. Лексические гибриды // Языковое творчество в динамике семиотических взаимодействий. М.: ИПК МГЛУ «Рема», 2011. С. 57-74.
7. Оломская Н. Н. Медиапространство как поле функционирования дискурсов // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2012. № 2 (13). С. 113-115.
8. Ширяева Т. А. Когнитивное моделирование институционального делового дискурса: автореф. дисс. ... д-ра филол. наук. Краснодар, 2008. 50 с.

## HYBRIDITY AND ITS MANIFESTATIONS IN THE GERMAN LANGUAGE PRESENTATION DISCOURSE (BY THE EXAMPLE OF INFORMATION AND ADVERTISING MATERIALS)

**Bukeeva Mariya Evgen'evna**  
Moscow State Linguistic University  
mbuluchevskaya@mail.ru

The article considers the poly-discursiveness of presentation discourse that conditions the integrated use of different kinds of hybridization: scenary, conceptual, structural and lexical ones. Hybridity is evident in the genre organization of presentation discourse. Its genre system is capable due to its poly-functionality and universality to accumulate knowledge from different spheres, which can be presented in the future in a variety of texts specific to the type of environment – virtual, written, electronic, etc., as well as the social-cultural parameters of a recipient. The analysis of information and advertising materials allows following the implementation of the mentioned above properties.

*Key words and phrases:* presentation discourse; hybridization; hybridity; hybrid genre; genre of presentation; text-representant.

УДК 81

### Филологические науки

*В статье рассматривается проблема диалогического общения, которое либо один из коммуникантов, либо они оба стремятся прервать. Автор определяет и раскрывает содержание понятий «некооперативный диалог» и «кооперативный диалог». Особое внимание уделяется основным аспектам личности в реализации некооперативного диалога. Материалом исследования являются англоязычные тексты художественной литературы. В работе также предпринята попытка систематизации основных аспектов личности.*

*Ключевые слова и фразы:* кооперативный диалог; некооперативный диалог; коммуникант; диалогичность речи; монологичность речи; адресация речи; личность.

**Букин Александр Сергеевич**

Московский государственный областной гуманитарный институт  
alexander-von-w@mail.ru

### ЛИЧНОСТЬ В РЕАЛИЗАЦИИ НЕКООПЕРАТИВНОГО ДИАЛОГА<sup>©</sup>

Среди всего многообразия форм общения, в том числе диалогических форм, существует два основных (с точки зрения самого смысла коммуникации) вида общения: первый вид – это общение, которое приводит к кооперации, т.е. такому виду конструктивного построения диалога, который удобен всем коммуникантам и приводит к неким продуктивным и позитивным следствиям, и второй вид – это обратный первому тезису кооперативного диалога вид общения, который не приводит ни к каким продуктивным и позитивным следствиям, а порой может доходить до резкого противостояния, вплоть до взаимных оскорблений и рукоприкладства [8, с. 5-6].

Целью статьи является определение основных аспектов личности в реализации некооперативного диалога. В соответствии с целью исследования в работе решаются следующие задачи:

1. Выявление и систематизация основных аспектов личности, которые являются благоприятной почвой для возникновения некооперативных диалогов, или, как говорят психологи, «триггеров», провоцирующих их;

2. Анализ диалогов из английских художественных текстов для более детального понимания проблематики.

Личность – это человеческий индивид как субъект отношений и сознательной деятельности (лицо, в широком смысле слова) или устойчивая система социально-значимых черт, характеризующих индивида как члена того или иного общества или общности. Хотя эти два понятия – лицо как целостность человека (лат. *persona*) и личность как его социальный и психологический облик (лат. *personalitas*) – терминологически вполне различимы, иногда они используются как синонимы. В психологии личность воспринимается как совокупность привычек и предпочтений, как определенный психологический портрет индивида с присущими ему общими и в то же время уникальными чертами.

С точки зрения лингвистики, личность, в первую очередь, является уникальным носителем идиолекта, т.е. личного языка, со свойственными только ей речевыми поведенческими, культурой общения и тактикой его ведения. Поэтому немалый интерес представляет исследование данной темы через призму личности коммуниканта, т.к. многие психологические черты прямо или косвенно влияют на коммуникативное поведение индивида [11].

Как мы уже говорили выше, есть два вида общения. Первый, позитивно-продуктивный вид мы называем кооперативным диалогом, т.е. диалогом, который подразумевает кооперацию между коммуникантами.

Второй вид, непродуктивный и зачастую негативный, мы называем некооперативным диалогом, т.е. ответственно диалогом, не приводящим к кооперации коммуникантов. При анализе языкового материала были систематизированы основные аспекты личности. Это позволяет с научной точки зрения установить ряд причин, которые являются отправными точками к формированию некооперативного общения.