

Социально гуманитарный вестник Юга России
Научный журнал

Периодичность - один раз в месяц
№ 4(35) 2013 (апрель 2013)

Учредитель и издатель

Автономная некоммерческая организация - ЦСПИ "Премьер"

Главный редактор

Киселев Алексей Александрович, кандидат политических наук (Краснодар)

Зам. главного редактора

Савва Михаил Валентинович, доктор политических наук (Краснодар)

Редакционный совет

Арламон Александр Анисимович, кандидат педагогических наук (Краснодар)

Атасв Артур Викторович, кандидат политических наук (Владикавказ)

Варанов Николай Алексеевич, доктор политических наук (Санкт-Петербург)

Берсирова Сайда Халидовна, кандидат экономических наук (Краснодар)

Берсирова Анна Ивановна, кандидат юридических наук (Краснодар)

Жаде Зуриет Анзауровна, доктор политических наук (Майкоп)

Жуков Александр Михайлович, кандидат исторических наук (Краснодар)

Киселева Анна Александровна, кандидат политических наук (Краснодар)

Мардарь Ирина Вориславовна, кандидат социологических наук (Краснодар)

Савва Елена Владимировна, кандидат философских наук (Краснодар)

Савченко Марина Станиславовна, доктор юридических наук (Краснодар)

Самаркина Ирина Владимировна, кандидат политических наук (Краснодар)

Хутыз Ирина Павловна, доктор филологических наук (Краснодар)

Точка зрения редакции может не совпадать с точкой зрения авторов публикуемых статей.
Ответственность за достоверность информации, изложенной в статьях, несут авторы.

Перепечатка материалов, опубликованных в журнале «Социально-гуманитарный вестник Юга России», допускается только с письменного разрешения редакции.

Адрес редакции и издателя:

Юридический/фактический: 350002, г. Краснодар, ул. Садовая, 105

Почтовый: 350040, С Краснодар, а/я 547

E-mail: vcstnik@anopremier.ru

Сайт: www.anopremier.ru

Журнал «Социально-гуманитарный вестник Юга России»

© Автономная некоммерческая организация

«Центр социально-политических исследований "Премьер"»

Журнал зарегистрирован Управлением Федеральной службы по надзору
в сфере СМИ, информационных технологий и массовых коммуникаций по
Краснодарскому краю и Республике Адыгея (Адыгея).

Свидетельство о государственной регистрации ПИ № 14-001/2013-00273

ISSN 2077-4210

ИД № 14-001/2013-00273

Опеч. н. 14-001/2013-00273 и рекламное агентство «Имидж»

Издатель: ЦСПИ «Премьер»

Д.п. | выхода журнала и печати № 4(35) | 2013

Цена 400 руб.

Раздел 1. ИСТОРИЯ

Лаповских Марина Сергеевна, Оренбургский государственный педагогический университет, аспирант кафедры Истории Отечества и социально — политических теорий

Проблемы послевоенного развития детских музыкальных школ (ДМШ) Челябинской области

Первые музыкально-образовательные учреждения Челябинской области появились в 20 с. XX в. — после выхода в октябре 1918 г. постановления музыкального отдела Наркомпроса «О преподавании пения и музыки в единой трудовой школе». Именно с этого момента начинается активное развитие системы музыкального образования в Челябинской области. К началу 40 х гг. это была целая сеть, куда входили детские музыкальные школы (ДМШ), музыкальные училища и вечерняя музыкальная школа для обучения без отрыва от производства. ДМШ в течение 7 лет давали общее музыкальное образование. Музыкальные училища готовили педагогов, исполнителей на различных музыкальных инструментах (баян, скрипка, фортепиано, виолончель и др.), а так же абитуриентов для музыкальных высших учебных заведений.

В первую послевоенную пятилетку общее музыкальное образование в Челябинской области можно было получить в городах Златоуст, Копейск, Коркино, Кыштым, Магнитогорск, Миасс, Сатка, Троицк, Челябинск. Материально-техническое положение данных ДМШ было весьма тяжелым. Особенно остро стоял вопрос, связанный с отсутствием учебных площадей. У всех ДМШ отсутствовала собственная площадь, поэтому руководству школ приходилось арендовать свободные комнаты у Дворцов культуры, Дворцов пионеров, жилищных комбинатов, жилые квартиры у городского коммунального хозяйства. Так, Златоустская ДМШ им. М. Горького комнаты общей площадью в 101,7 кв. метров у Горжилуправления. Претензий к арендуемой площади было достаточно — звукопроницаемость стен, наличие проходных помещений, не соответствие площади контингенту учащихся. Нехватка площадей привела к тому, что педагоги работали с 9 часов утра до 10 вечера. А занятия по музыкальной теории приходилось переносить на выходные дни и проводить по воскресеньям. К Ятейская ДМШ размещалась в 3-х небольших комнатах, арендуемых у Дворца пионеров. Коркинская школа делила одну единственную комнату с Домом пионеров. В 1949 г. ДМШ переехала в помещение клуба Горняк, где ей выделили 2 комнаты и разрешили пользоваться сценой.

Магнитогорская ДМШ (вместе с музыкальным училищем) размещалась на втором этаже общеобразовательной школы № 30. Всего имелось учебных 12 классов и 3 вспомогательных кабинета (библиотека, канцелярия, кабинет директора). Однако, учитывая

¹ Челябинская область энциклопедия/Гл. ред. К.Н. Бочкарев Челябинск. Каменный пояс. 2008.

Т. 4. - С. 414.

² Объединенный архив Челябинской области (ОГАЧО). Ф. 914. Оп. 1. Д. 427. Л. 47.

³ ОГАЧО. Ф. 914. Оп. 1/1 ЗОВ. Я. 25.

⁴ ОГАЧО. Ф. 914. Оп. 1. Д. 356. Л. 1.

⁵ ОГАЧО. Ф. 914. Оп. 1. Д. 355. Л. 125.

<i>Стопина Наталья Николаевна</i>	
Трансформация российского высшего образования в условиях Гюлонского процесса	II
Раздел 7. ФИЛОЛОГИЯ И ЛИНГВИСТИКА	II
<i>Бондаренко Алла Ивановна</i>	
Основные этапы изучения текстовой категории темпоральное! и в украинском и русском языкознании.	II i
<i>Живокينا Майя Александровна, Беляев Сергей Павлович</i>	
Комбинаторный потенциал собирательных существительных, обозначающих армейские единицы (на материале английского языка)	I Г
<i>Кругликова Татьяна Вячеславовна</i>	
Роль этикетных особенностей в англоязычной деловой корреспонденции.	I Ji
<i>Куракина Наталья Александровна</i>	
Речевой акт «комплимент» в коммуникативном аспекте	I
<i>Магомедова Диана Гайдаровна</i>	
Фразеологические единицы концепта «гнев» в идиоматической картине мира	I
<i>Радченко Марина Васильевна</i>	
Языковая игра с использованием антропонимов в российской и хорватской прессе	14'
<i>Рогозин Андрей Юрьевич</i>	
Спортивная лексика в политическом дискурсе англоязычных СМ И	14'
<i>Садуов Руслан Талгатович, Мусина Диана Айратовна</i>	
Перевод научных статей для иностранных сборников: основные проблемы и трудности.	15.
Раздел Я. ФИЛОСОФИЯ	II
<i>Ларина Тамара Анисимовна</i>	
«Философия действия» и ее роль в становлении раннего демократизма в русской философской мысли начала и середины 19 века	I
Раздел 9. ЭКОНОМИКА	16 I
<i>Бежанишвили Михаил Сергеевич</i>	
Оценка соблюдения допущения непрерывности деятельности и концепция действующего предприятия	I K
<i>Бежанишвили Михаил Сергеевич</i>	
Цель и функции аудита в период кризисного состояния предприятия	169
<i>Быкова Яна Витальевна</i>	
Совершенствование проектирования теплозащитной одежды для нефтяников на основе математических методов	169
<i>Нсыидова Юлия Андреевна</i>	
Финансовые пирамиды: история и современность	174
<i>' Исламова Эльмира Игоревна</i>	
Российский рынок проектного финансирования	177
<i>Локтюхина Наталья Викторовна</i>	
Концепция регулирования рынка труда посредством воздействия на его социально-экономические основы	II2
<i>Надежденко Алина Алексеевна</i>	
История развития природоохранной (экологической) политики украинского государства в дореволюционный период	IIю
<i>Ревич Мария Ярославовна</i>	
Методологические рекомендации по оценке прибылым» i банков Украины	192
Раздел 10. ЮРИСПРУДЕНЦИЯ	201
<i>Афамгатов Эдуард Магоматович</i>	
Противодействие наркомании и незаконному обороту наркотиков	201
<i>Волик Вячеслав Викторович</i>	
Исторические и правовые предпосылки возникновения и становления городского транспорта на территории Украины	204
<i>Горохова Светлана Сергеевна</i>	
Теоретические аспекты федерализма как формы государственного устройства	214
<i>Гутиева Ирина Генриховна</i>	
Уголовно-правовые средства противодействия терроризму	222
<i>Демина Юлия Анатольевна</i>	
Судебная власть — вид государственной власти	225
<i>Манукян Алинз Романовна</i>	
Противодействие экстремизму и терроризму: проблемы и перспективы	233ы

10. Dictionary of Military Terms, Third Edition, A&C Black and Richard Bowyer, 2007. — 284 p
11. Merriam-Webster's Unabridged Dictionary [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.m-w.com> (дата обращения 16.09.2012)
12. Multilingual Dictionary ABBYY Lingvo 10.0
13. The Corpus of Contemporary American English [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://corpus.byu.edu/coca/> (дата обращения 10.09.2012)

*Кругликова Татьяна Вячеславовна, Нижегородский Филиал
НИУ Высшая Школа Экономики
старший преподаватель кафедры иностранных языков*

Роль этикетных особенностей в англоязычной деловой корреспонденции

Соблюдение правил делового этикета сегодня безоговорочно признается одним из важнейших условий эффективного делового общения. Этикет позволяет создать позитивную атмосферу, улучшить микроклимат в коллективе, более качественно принимать решения и рационально использовать рабочее время. В цивилизованном мире деловой этикет уже давно считается экономической категорией. Многие успешные компании создали себе конкурентное преимущество, делая ставку на безупречные манеры своих сотрудников. Вполне закономерно, поэтому, что знание и соблюдение правил делового этикета является неотъемлемой составляющей профессионализма современного служащего, не говоря уже о руководителе среднего или высшего звена.

Основной функцией этикета в широком понимании считается регулирование поведения людей в стандартных ситуациях. Нарушения этикета приводят к непониманию, воспринимаются как знак неуважения. Напротив, соблюдение многочисленных предписаний этикета позволяет установить контакт и поддерживать доброжелательную тональность общения.

Изучение речевого этикета как важнейшей компоненты этикетного поведения и культуры представляет большой интерес для лингвистических исследований. Проблематика, связанная с пониманием этого явления, разрабатывается В. Е. Гольдиным, И. А. Стерниним, Н. И. Формановской и другими учеными. По мнению Н. И. Формановской, «речевой этикет — это социально заданные и национально обусловленные специфические правила речевого поведения в ситуациях установления, поддержания и размыкания контактов коммуникантов в соответствии с их статусно-ролевыми и личностными отношениями в официальной и неофициальной обстановке общения.» А в определении А. А. Минрииту «этикет — это ритуализованное, отражающее существенные социальные критерии речевого поведения человека в обществе, ориентированное на неконфликтное поведение. Исходя из такого понимания, можно сделать следующие выводы. Во-первых, правила делового этикета имеют непосредственное отношение к социальному статусу (а в контексте деловой коммуникации — к положению человека в иерархии организации), к роли в акте общения, и, кроме того, национальной принадлежности коммуникантов. Во-вторых, основным назначением этикетных предписаний и ограничений — предотвращение и сглаживание конфликтных ситуаций, поддержание конструктивного, взаимовыгодного диалога.

Возвращаясь к понятию делового этикета, стоит отметить, что все указанные категории напрямую связаны с успешной деятельностью любой компании, так как формируют культуру как внутренних клиентов (сотрудников организации), так и внешних (покупателей, партнеров, инвесторов и др.) Ясно также, что речевой аспект этикетного поведения в ситуациях делового общения требует детального рассмотрения и должен стать предметом специального обучения персонала.

При этом приходится констатировать однако, что несмотря на общее понимание важности этикетных норм, в современном российском обществе и, в частности в бизнес-организациях до сих пор наблюдается дефицит хороших манер.

Основная причина такого положения, на наш взгляд, — неустоявшаяся российская деловая культура, представляющая собой, по выражению В. Кобзевой, «пеструю смесь традиционных и современных элементов: остатки командно-административной системы, заимствования западной культуры, в том числе и формирующиеся специфические нормы российского делового поведения.» До последнего времени в отечественных вузах специальное обучение этикету не существовало. Очевидно, это упущение должно быть исправлено. И так как Россия стремится интегрироваться в мировую экономику и стать равноправным деловым партнером, будущим предпринимателям, менеджерам, специалистам необходимо уже на этапе обучения и университетах усваивать цивилизованный деловой этикет и придерживаться свода правил игры в деловом мире.

Вполне ожидаемо, исходя из вышеизложенного, что прививать определенные общепринятые нормы поведения предстоит, в том числе, и преподавателям иностранных языков и в вузах. Они являются своеобразными носителями иноязычной культуры, а следовательно, должны знакомить студентов с различными ее проявлениями, такими, например, как деловой этикет, и в первую очередь, его речевой составляющей.

Говоря о британской лингвокультуре, следует исходить из того, что она опирается на индивидуалистическое мировоззрение, основанное на уважении к личной автономии. В этом плане она весьма существенно отличается от лингвокультуры российской, ориентированной на ценности коллектива, социальной или профессиональной группы. Основное фундаментальное различие отражается на способах решения целого ряда коммуникативных задач. Английский этикет не признает категоричных форм, запрещает и не допускает давление на собеседника и ограничивает императивные конструкции. В британской культуре это проявляется в использовании модальных глаголов в предложениях, косвенно-вопросительные высказывания (Would it be possible to...? - Возможно ли было бы...? Do you think you could...? - Думаете, вы могли бы...? Could you let me know if...? - Не могли бы вы позволить мне узнать?) и смещение субъектно-объектной конструкции в провинности, так называемый вывод адресата из дискурса (Could you... have your latest catalogue? - Не могли бы вы получить ваш каталог? вместо Could you send us your latest catalogue? - Не могли бы вы прислать нам ваш последний каталог?) Для русской коммуникативной культуры такие стратегии нетипичны и поначалу вызывают недоумение. И если в британском общении допускается использование более демократичных, кратких и лаконичных форм выражения просьбы, извинения и пр., то при составлении официальных писем (например, запросов, жалоб) и других видов деловой корреспонденции формулирование коммуникативных задач подобным пространственным образом является строго обязательным.

Другой важной этикетной особенностью англоязычного стиля общения является выражение благодарности в ситуациях, когда, с точки зрения русского человека, повода для

благодарности нет. Так, при написании ответа на письмо, весьма уместно в самом начале вашего ответа поблагодарить автора этого письма за проявленный интерес к вашей компании, внимание, оказанное автором во время предыдущей встречи, и даже за выраженную им претензию или жалобу. Для западного бизнесмена любая реакция на услугу или продукт его компании является ценной, так как содержит полезную информацию и дает стимул совершенствовать работу. Формулы выражения благодарности в письменной речи также характеризуются многословностью и экспрессивностью (We would like to express our deep gratitude for... — Мы бы хотели выразить нашу благодарность. We are very much obliged for... — Мы глубоко признательны, Your comments appear to be very useful and relevant to our work - Наши комментарии оказались чрезвычайно полезными и важными для нашей работы, Thank you very much for your interest in our offer.- Большое спасибо за проявленный интерес к нашей компании) Такие формулировки создают ощущение исключительности ситуации, автор пытается передать мысль о том, что действия адресата должны восприниматься как признак небывалого великодушия или щедрости. Все это, конечно, направлено на укрепление взаимоотношений с деловым партнером. Более сдержанные фразы, характерные для устного диалога, воспринимались бы просто неубедительно.

Весьма характерной формой как устного, так и письменного этикета также являются **СМНИ**-чные недовольства и признание своей вины в конфликтной ситуации. При составлении письменной претензии человек, близкий к англоязычной культуре, будет осознанно избегать формулировок, способных вызвать эскалацию конфликта, таких например, как «Мы были возмущены», «Мы требуем», «несмотря на неоднократные обращения» и пр., — вполне ожидаемые клише для официальной претензии на русском языке. (ни будут заменены на гораздо более деликатные формы выражения недовольства (We were disappointed...- Мы были разочарованы. We would require... — Мы бы попросили, Unfortunately, this has been the second time this month... — К сожалению, это уже второй случай за текущий месяц). Как видим, в англоязычной письменной претензии меняется акцент самой коммуникативной задачи: происходит апелляция не к совести, а к жалости адресата, совершается попытка вызвать его сочувствие. Оба участника переписки в такой напряженной ситуации пытаются сохранить лицо и избежать разрыва отношений, поэтому даже угроза жалующегося, скорее всего будет завуалирована в извиняющую. **I** формулу (I am afraid... — Боюсь, что..., To our deep regret, we will be forced to cancel **i** n

future orders with your organization unless you take prompt measures and fulfil your payment requirements. — К нашему глубокому сожалению, мы будем вынуждены отменить все последующие заказы в вашей фирме, если только вы не предпримете меры по выполнению ваших обязательств по оплате.

Отвечающий на жалобу также будет пытаться спасти отношения с клиентом, равно как и репутацию своей фирмы. Объяснить применение таких замысловатых стратегий в целом несложно. Потеря репутации компании в западных странах, как известно, может произойти и по незначительной, с точки зрения русского человека, причине, а последствия такой потери почти наверняка станут фатальными для бизнеса, существуют. Поэтому в условиях жесточайшей конкурентной борьбы. Исходя из понимания такой угрозы, отвечающий на претензию коммуникант безоговорочно принимает позицию «It's my fault» (Это моя вина) и наполняет свой ответ выражениями глубокого сожаления и сочувствия к страданиям обиженного клиента. Письменное извинение в англоязычном стиле должно содержать повторяющиеся Please accept my apologies — Пожалуйста, примите мои извинения

иния, We do apologise once again for... — Позвольте еще раз извиниться, а также обещаю исправить все оплошности. По правилам этикета, необходимо сделать все возможное, чтобы загладить вину перед вашим покупателем, так что помимо извинений следует предложить ему некую форму материальной компенсации, например, скидку на следующий заказ или небольшой подарок.

Русскоговорящим студентам необходимо объяснять, что вся эта на их взгляд, излишняя, а порой и смехотворная вежливость укоренена в самой культуре стран изучаемого ими языка, в многовековом опыте свободного предпринимательства и связанной с ним традицией трепетного отношения к клиенту. Эта традиция не является пока органичной и неотъемлемой частью российской деловой культуры, так как история частного бизнеса в нашем государстве сравнительно коротка.

Наконец, еще одной необычной чертой официальной письменной речи является выстраивание любого сообщения в позитивном, конструктивном ключе. К сожалению, российская ментальность в целом до сих пор характеризуется стремлением к поиску виноватых и нахождению чужих ошибок и недостатков. Это накладывает определенный отпечаток недоверия на стиль общения людей как в повседневной жизни, так и в деловой обстановке. Терпимость, умение сдерживать себя, тактичность и способность воспринимать своего партнера, клиента или подчиненного как самоценную личность — важнейшие составляющие поведенческой стратегии западного бизнесмена еще не стали обязательными качествами бизнесмена российского. Поэтому студентов, готовящихся к этой роли, необходимо обучать способам сделать свое коммуникативное поведение привлекательным для собеседника (или адресата). Письменное сообщение, в частности, должно содержать элементы так называемого «positive vocabulary» (**ПОЗИТИВНОГО** словаря) (immense pleasure, delighted, grateful, valuable и др.) Кроме того, необходимо стараться

сделать акцент с критики на похвалу и поиск положительного и ценного в любой ситуации. Сообщение, даже если оно содержит негативную информацию, не должно оставлять впечатление и вести к прекращению взаимодействия коммуникантов. Особую роль в этом играют этикетные формулы прощания. (We hope...- Мы надеемся. We look forward to... — Мы с нетерпением ждем. Thank you very much again... — Благодарим еще раз). Только следуя таким стратегиям этикетного поведения, можно добиться расположения к себе и завоевать уважение и доверие к своей фирме.

С другой стороны, в последние десятилетия к описанным выше этикетным требованиям прибавился ряд дополнительных норм и ожиданий, связанных с переводом большей части деловой корреспонденции из бумажного формата в электронный. Правила этикета, принятые в Интернет-пространстве, регламентируются Сетикетом (Netiquette), и также должны соблюдаться для поддержания конструктивного, цивилизованного диалога между участниками электронного общения. Правила эти в целом универсальны, в силу того, что Интернет-пространство, как относительно новое явление, носит универсальный характер, и по большей части лишено многих национальных и культурных особенностей.

Одним из основных требований Сетикета является планирование электронного сообщения таким образом, чтобы оно полностью оправдывало затраты времени, потраченного получателем на его прочтение. Электронная почта сегодня стала чуть ли не основным инструментом общения, как в деловом, так и в личном контексте. Необходимо приложить определенные усилия, чтобы ваш e-mail не затерялся в массе других сообщений. Как этого добиться?

Во первых, любое электронное послание должно предварять указанием темы. Это не аволит читателю эффективно обрабатывать полученную корреспонденцию и значительно уменьшит шансы вашего письма отправиться в категорию спама.

Особые требования предъявляются и к объему электронного сообщения по сравнению в его традиционной, бумажной версией. Ксли требуется переслать важную информацию большого объема, следует оформить ее в виде приложения, составив краткий сопроводительный текст. По правилам хорошего тона, рекомендуется предварительно запросить у получателя разрешения прислать объемное вложение

Помимо этого, важно следить за тем, чтобы сообщение не содержало конфиденциальные данные, которые каким-либо обри.иом могут попасть под категорию личной тайны либо коммерческого секрета.

Неаккуратность в оформлении письма, орфографические, фамматические, пунктуационные огрехи, также как и использование аббревиатур и сокращений, с которыми получатель может быть незнаком, считается недопустимым. Воздержаться придется и от использования смайликов, написания целых слов прописными буквами и прочих фамильярностей, привычных в неформальной переписке. Гот факт, что электронная почта — быстрый способ связи, вовсе не означает, что она может быть небрежной. Подобное отношение может не только поставить под сомнение перспективу дальнейших отношений с респондентом и его компанией, но и нс.тативно отразиться на карьере отправителя. Электронное письмо — полноценный документ, и отслеживать такую почту сотрудников для работодателей сегодня значительно проще, чем почту обычную, бумажную.

При отправлении электронного письма зачастую приходится волноваться, дошло ли оно до адресата. Поэтому после текста основного письма, перед подписью, уместно запросить подтверждение о получении в максимально вежливой форме. Необходимо указать несколько способов связаться с отправителем, например, оставив номер телефона, факса и пр. Допустимым считается также пошонить адресату и уточнить, дошло ли ваше послание, открылись ли прилагаемые вложения.

Существует ряд правил, связанных с ведение электронной переписки. Так, по нормам Сетикета, на электронные письма обязательно следует отвечать, а время ответа не должно превышать двух суток. Превышение этого срока может восприниматься как отказ от общения, либо не лучшим образом характеризовать респондента как человека безответственного или невнимательного. Поэтому если необходимо более длительное время для ответа на письмо, стоит извиниться и объяснить причины задержки.

Сеанс электронного диалога заканчивается по следующему принципу: инициатор переписки должен первым сигнализировать о ее окончании.

Студентам необходимо прийти к пониманию того, что следование нормам письменного этикета, особенно при общении с англоязычными коллегами и клиентами при обсуждении и заключении сделок, серьезно увеличит их шансы!» достижение карьерном) успеха. А задача преподаватель английского языка — объяснить особенности этикетного поведения и тренировать их на практике.

Список литературы:

1. Кобзева В. Деловой этикет. URL.: [http://old.e-xecutive.ru/without/rubricator/newfoldcr6\(21\)/article.4733/](http://old.e-xecutive.ru/without/rubricator/newfoldcr6(21)/article.4733/)

2. Мельников О. Н., Ларионов В. Г. Соблюдение правил и условностей делового этикета//Российское предпринимательство. — 2001. — № 8 (20). — с. 58-62.
3. Мосейко А. А. Этикетные модели повеления в британской и русской лингвокультуре. — Волгоград Волгогр. гос. пед. ун-т Волгоград, 2005
4. Формановская Н. И. Культура общения и речевой этике. — Москва.: Издательство высшая школа, 1989.

Куракина Наталья Александровна, БФУ им. И. Канта, магистрант кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации

Речевой акт «комплимент» в коммуникативном аспекте

В современной лингвистике все большее признание находит тот факт, что содержание единиц различных уровней языка и способы их реализации в актах коммуникации обусловлены языковыми функциями. Иод функциями языка следует понимать сто предкашаченность и целенаправленность. Функции коммуникации мшут быть надстроены над моделью коммуникации и «прикреплены» к ее участникам и элементам. Р.О. Якобсон с учетом постулатов теории коммуникации к трем участникам акта речи — говорящему (отправителю, адресанту), слушающему (получателю, адресату) и предмету речи (рефе РМТј) — добавил еще три: контакт (канал связи), код и сообщение и, соответственно, выделил шесть функций языка: экспрессивную (эмотивную), конативную (усвоения), ргферентивную (денотативную, когнитивную), фатическую (контактоустанавливающую), мп,штывковую и поэтическую (понимая последнюю как, вообще, форму сообщения). Каждая из предложенных функций связана с тем или иным участником или элементом коммуникации. Рассмотрим, как эти функции реализуют комплименты в конкретных коммуникативных ситуациях.¹

Одной из основных функций речи является *фатическая функция*. Данная функция ориентирована на контакт, для нее важна не передача информации, а поддержание контакта. Комплимент осуществляется в социальных ситуациях, представляющих контактный тип взаимодействия участников коммуникации, и относится к области коникгол.н ил Этот речевой .in, необходимый для достижения коммуникации, и осуществляет контактоустанавливающуц ил функцию. Дело в том, что именно фатическая функция реализуется такими высказываниями, которые имеют целью завязывание, продолжение и завершение акта коммуникации.

Посмотрим на проявление контактоустанавливающей функции в английском языке.

"Madame, you look charming."

lane looked exactly.

"I don't want exactly to play the hypocrite. M. Poirot. But one must observe appearances, •loii'l you think? ..." •

Комплимент "you look charming" был произнесен с тем, чтобы наладить контакт с со... инициис и продолжить разговор в нужном русле, не отходя от темы. Таким образом, |ЫМ осуществлена фатическая функция речи.

¹ URL:<http://www.niv.ru/doc/communkations/pocheptsejv/OI4.htm>

¹ Christie A. Lord Edgware Djes.U. K. - FONTANA/Collins. - 1980. - С. 80

**Социально-
гуманитарный
вестник
Юга России**