

Основные особенности русского коммуникативного поведения включают в себя: общительность, искренность, эмоциональность, приоритетность разговора по душам, нелюбовь к светскому общению, тематическое разнообразие, свобода подключения к общению третьих лиц, доминантность, бескомпромиссность в споре, бытовая неулыбчивость и другие.

Говоря об общих особенностях, например, скандинавского менталитета, можно выделить высокий уровень внешней приветливости, высокий уровень бытовой вежливости, этикетность общения, почтительное отношение к участникам общения, низкую степень любопытности и другие.

Английское коммуникативное поведение имеет следующие особенности: немногословие, низкий уровень громкости речи, высокий уровень самоконтроля, развитость светского общения, высокий уровень тематической табуированности, большая роль письменного общения.

Говоря о ментальности, необходимо отметить еще один элемент – культурное самоопределение, который может включать в себя вышеупомянутые общие и ситуативные характеристики. В обществе люди делятся по интересам, общим ценностям, профессии, политическим взглядам и т.п. Учащиеся могут быть ознакомлены с различными культурными группами, объединенными национальными нормами. К национальным нормам мы относим характеристики национальной ментальности, сформированные под воздействием национального достояния.

Национальное достояние – часть социокультурного компонента, в которую входят такие направления, как наука и искусство, история и религия, национальные парки, исторические заповедники и другие места. Целью социокультурного образования средствами иностранного языка будет ознакомление учащихся с той частью национального достояния, которая представляет особое значение для носителей языка.

Литература

1. Выготский, Л.С. Психология / Л.С.Выготский.– М.:ЭКСМО-Пресс, 2000. - 1008с.
2. Тер-Минасова, С.Г. Язык и межкультурная коммуникация / С.Г. Тер-Минасова.– М.: Слово, 2000. - 438 с.
3. Щукин, А.Н. Методика преподавания русского языка как иностранного / А.Н. Щукин. – М.: Высшая школа, 2003. – 334 с.

О.В. Долгих (Отдел психолингвистики Института языкознания РАН),
Л.П. Сальски (Институт англистики Лодзинского университета)

ПУТИ ИССЛЕДОВАНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ЦЕННОСТЕЙ В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ РУССКИХ И ПОЛЯКОВ: ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД

Стремление к диалогу и продуктивному сотрудничеству представителей разных национальных культур требует, прежде всего, осознания основных ценностных ориентиров друг друга. В философии и психологии национальные ценности рассматриваются как универсальные категории, обеспечивающие целостность культуры, её устойчивость и жизнеспособность во времени и пространстве. Мераб Мамардашвили определял ценности как некие высшие объекты, содержащие истинное предназначение человека, «фонд человеческой души и человеческого бытия», и настаивал на том, что ценности являются таковыми только в качестве реальных событий, а не нашего оценивающего отношения: «... вопрос в том, есть ли у нас деятельная сила и форма, через которую мы можем быть участниками события, которое постфактум обозначено как реализованная ценность» [2; 497]. Иными словами, ценности входят в структуру мотивации личности

и требуют не просто умозрительного признания их важности, а их деятельной реализации, и потому выступают социальными регуляторами: именно общность ценностных установок, устойчиво воплощающихся в деятельности людей, обеспечивает целостность и стабильность социума как носителя определённого культурного кода.

Социологические опросы, проведённые в России и в Польше, показывают, что существует серьёзная проблема дезориентированности русских и поляков в отношении восприятия мировоззренческих позиций друг друга. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) и польский Центр исследования общественного мнения (CBOS) провели совместное российско-польское исследование (по заказу российского и польского Центров диалога и согласия) в ноябре-декабре 2012 г. для выявления общественной оценки российско-польского сотрудничества [3]. По данным этого опроса 44% россиян затрудняются описать свои ассоциации, возникающие у них в связи со словом «Польша». Кроме того наблюдается значительное несовпадение в оценках своего и чужого этноса: так, поляки в качестве своей основной национальной ценности чаще всего называют *свободу* – 66 %, в то время как русские респонденты оценивают значимость *свободы* для поляков довольно низко – всего на уровне 12%. Подобная ситуация наблюдается и в отношении ценности *честь* – 45 % поляков и только 8% русских выделили её в качестве наиболее значимой для польского сообщества. И наоборот, собственную *предприимчивость* поляки оценили невысоко – только 7% респондентов, в то время как русские посчитали польскую *предприимчивость* весьма значимой национальной чертой – на что указали 26% опрошенных. Русские, характеризуя себя, очень высоко оценивают своё *чувство юмора* – 34% (и только 6% поляков отметили *чувство юмора* русских), *терпимость* – 39% русских (и только 2% поляков). Такая дезориентированность в восприятии друг друга двух братских народов обуславливает актуальность и социальную значимость проблемы сопоставительного описания ценностей поляков и русских.

Понимание ключевых смыслов, которыми руководствуются люди в своём поведении, – задача настолько же важная, насколько и трудная. Разнообразные попытки выявления ценностных предпочтений осуществляются в социологии, филологии и психологии. Пути исследования сознания, несмотря на громадные и бесполезные усилия учёных, по-прежнему остаются зыбкими и окольными: мы никогда не можем судить о сознании наверняка, так как всякий раз имеем дело исключительно лишь с его проявлениями, реализациями, «овнешнениями». Исследование сознания, по сути, оказывается интерпретацией тех или иных его реализаций: слов, текстов, поступков, вербальных и невербальных реакций, – то есть в значительной степени описанием собственного сознания исследователя.

Психолингвистические методы изучения содержания ценностей в языковом сознании представляются наиболее адекватными. Психолингвистика использует совокупность лингвистических методов (компонентно-дефиниционный анализ, корпусный анализ, контекстуальный анализ и др.) и экспериментальные методы, заимствованные из психологии (свободный и направленный ассоциативный эксперимент, метод семантического дифференциала, кластерный анализ и др.). Психолингвистические исследования дают подчас неожиданные результаты, противоречащие общепринятым суждениям и ожиданиям учёных.

Сопоставительное изучение ценностей в языковом сознании поляков и русских сосредоточено на необходимости решения ряда научных задач: 1) составление списка сравниваемых ценностей (базовых ценностей русской и польской культур); 2) выявление содержания ценностей на трёх уровнях языкового сознания («официальном», «промежуточном» и «обыденном»); 3) изучение динамики, социальной изменчивости/устойчивости содержания ценностей посредством экспериментального исследова-

ния ценностей трёх поколений поляков и русских, проходящих социализацию при разных политических режимах (20-, 40- и 60-летних).

Одной из наиболее существенных является проблема номенклатуры базовых ценностей той или иной культуры. В России для определения списка и иерархии базовых ценностей россиян было проведено масштабное социологическое исследование, включающее ряд этапов, в ходе которого было опрошено более 6 тысяч респондентов [1]. В результате был составлен список базовых ценностей (38 слов) и антиценностей (30 слов) россиян. В Польше такого исследования не проводилось, поэтому перед лингвистами встала задача составления более или менее полного списка базовых ценностей поляков, который можно будет применять для сопоставительного описания ценностей поляков и русских. В аксиологии существует обоснованное мнение о том, что набор ценностей носит универсальный, общечеловеческий характер; этноспецифические различия же касаются не номенклатуры, а содержания ценностей. Однако даже весьма неполные сведения имеющихся социологических опросов, проведённых в Польше, поставили под сомнение идею использовать для исследования ценностей поляков переведённый на польский язык русский список. Например, современное российское общество никак не отразилось такие ценности как *честь*, *совесть*, *гордость*, *чувство собственного достоинства* (ни одного из этих слов нет в списке 38 базовых ценностей россиян). Для польской культуры, скорее всего, большое значение будет иметь ценность *honor*, о чём свидетельствует и упомянутый уже соцопрос: в качестве наиболее значимой ценности для поляков *честь (honor)* отметили 45% польских респондентов. Таким образом, список слов, обозначающих базовые ценности, необходимо определять экспериментальным путём для каждой культуры, хоть это и потребует значительных усилий и времени.

Основной задачей российско-польского проекта является выявление содержания общечеловеческих ценностей в языковом сознании и составление словаря-справочника, содержащего сопоставительное описание ценностей поляков и русских. Отчасти содержание ценностей описано в энциклопедических и лингвистических (толковых и др.) словарях. Но уже начальный этап психолингвистического исследования выявляет несоответствие между данными словарей и экспериментальными данными, в которых раскрывается содержание ценностей в сознании живых носителей культуры. Так, например, компонентный анализ дефиниций толковых словарей (как русских, так и польских) показал, что в структуру значения слова *вера* входят семы *доверие* и *убеждения*. Однако уже на первом этапе составления списка базовых ценностей россиян русские респонденты выделили в отдельные (не синонимичные) ценности *веру*, *убеждения* и *доверие*. Далее при обследовании методом семантического дифференциала и кластерного анализа обнаружилось, что эти ценности действительно чётко разграничиваются в русском языковом сознании. По семантическим координатам значения *вера*, *убеждения* и *доверие* попали в разные кластеры: *вера* находится в семантической близости со *стабильностью* и *покоем*, *убеждения* – с *образованием* и *профессионализмом*, а *доверие* – с *дружбой*, *безопасностью* и *родиной*.

Очевидное несовпадение данных словарей и обыденных представлений носителей культуры ещё раз подтверждает мысль о неоднородности общественного сознания. При описании содержания ценностей целесообразно дифференцировать общественное языковое сознание, выделив три уровня: 1) уровень общественного официального сознания, охватываемый в официальных документах, энциклопедических и специальных словарях и содержащий официальные (государственные) описания ценностей; 2) «промежуточный» уровень, реализующийся в лингвистических словарях, где авторы (учёные-лингвисты) дают интерпретацию обыденных представлений носителей языка; 3) уровень обыденного (профанного), выявляемый путём психолингвистических экспериментов и содержащий значения, используемые в повседневной деятельности носителями данной культуры.

Описание содержания ценностей на трёх уровнях общественного сознания даст наиболее полное представление о ключевых смыслах русской и польской культур.

Сопоставительное изучение содержания ценностей в русском и польском языковом сознании, несомненно, имеет существенную теоретическую значимость, так как позволяет прояснить ряд вопросов о закономерностях формирования, развития, функционирования языкового сознания. Не менее очевидна и практическая целесообразность подобных международных проектов. Востребованным и значимым результатом такого научного сотрудничества должно стать появление современных словарей-справочников, раскрывающих реальное содержание общечеловеческих ценностей в разных культурах. Такие словари, освоенные студентами в процессе изучения польского, русского, белорусского и любого другого языка как иностранного, позволили бы осуществлять гораздо более гармоничную межкультурную коммуникацию в связи с адекватным восприятием ценностных ориентиров партнёров по диалогу.

Литература

1. Базовые ценности россиян: Социальные установки. Жизненные стратегии. Символы. Мифы. / Под ред. Рябова А.В., Курбангалиевой Е.Ш. – М.: Дом интеллектуальной книги, 2003. – 448 с.
2. Мамардашвили, М.К. Философские чтения / М.К. Мамардашвили. – СПб.: Азбука-классика, 2002. – 832 с.
3. Россияне и поляки: взаимное восприятие [Электронный ресурс] / Фонд «Российско-польский центр диалога и согласия». Публикация: 03.03.2013. URL: <http://www.rospolcentr.ru/TabId/227/Default.aspx?ArticleId=69> (Дата обращения: 12.10.2013).

И.С. Елисеева (Могилевский государственный университет имени А.А. Кулешова)

ИНОЯЗЫЧНЫЕ НЕОЛОГИЗМЫ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ГАЗЕТНОМ ТЕКСТЕ (КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

В связи со становлением и развитием в современном языкознании коммуникативно-прагматического направления исследовательской деятельности стало возможным говорить о прагматическом подходе к изучению единиц разных языковых уровней, в том числе иноязычных неологизмов современного русского газетного текста. Обращение к исследованию прагматики функционирования иноязычных-неологизмов в газетном тексте объясняется не только тем, что данные лексические единицы характеризуются несформировавшимся семантическим объёмом и стилистической неопределённостью, но и возможностью для нового слова пройти стадию социализации, т.е. быть принятым в обществе.

Материалом для наблюдения послужили факты употребления иноязычных неологизмов в текстах современных (кон. XX - нач. XXI в.) русскоязычных периодических изданий Беларуси, ориентированных на массовую аудиторию читателей, а именно: «Советская Белоруссия» (СБ), «Аргументы и факты» (АиФ), «Знамя юности» (ЗЮ), «Республика» (Р), «Независимая газета» (НГ), «Свободные новости» (СН), «Комсомольская правда» (КП), «Белорусская газета» (БГ), «Компьютерная газета» (КГ), «Спортивная панорама» (СП) и др.

Как известно, конструктивный принцип газетного языка составляет единство экспрессии и стандарта. Иноязычные-неологизмы с точки зрения эффективности коммуникации можно отнести к особому способу речевого воздействия, так как данные лексические единицы представляют собой экспрессивные модели, которые являются более яркими на фоне нейтральных, стандартных слов и выражений.

С прагматической точки зрения употребление в газетном тексте иноязычных неологизмов сопровождается стремлением автора-адресанта быть понятым читателем-адресатом. Именно этим объясняется окружение новообразований **пояснительным**