времени, отражает всю глубину и сложность происходящих событий в нашей стране и во всём мире.

1. Шевчук Д.А. Рекламное дело. – Ростов н/Д.: Феникс, 2007. С. 148.
2. Бове К. Л. Современная реклама / Аренс У. Ф.–Тольятти: Изд. Дом Довгань, 1995. –704 с.
3. <https://www.youtube.com/watch?v=HHTK0bR0y60&feature=youtu.be>
4. <https://www.youtube.com/watch?v=CLPmcVGWwhk>
5. https://www.youtube.com/watch?v=3_t9niMNkdg&feature=youtu.be
6. <https://www.youtube.com/watch?v=RRJiYeIkJpY&feature=youtu.be>

Сахновская Е.Г., Шатилова О.Р.

**Речевая практика моделирования коммуникативного акта: искусство
«встречных» коммуникативных стратегий**

*Уральский государственный университет путей сообщения
(Россия, Екатеринбург)*

doi: 10.18411/lj-07-2020-285

idsp: ljjournal-07-2020-285

Аннотация

Встречные коммуникативные усилия говорящих – залог успешности любого коммуникативного акта. Без обстоятельного знания психологии и теории коммуникативных актов нет возможности совершить полноценный «коммуникативный поступок»: передать информацию так, чтобы было достигнуто понимание собеседниками друг друга, косвенным критерием чего выступает появляющаяся в процессе общения коммуникативная перспектива. Вопросам её достижения посвящена данная статья.

Ключевые слова: коммуникация, коммуникативная перспектива, адресант, стереотипы, коммуникативный акт

Abstract

Counter-communicative efforts of speakers is the key to the success of any communicative act. Without a thorough knowledge of psychology and the theory of communicative acts, there is no way to complete a “communicative act”: to transmit information so that interlocutors understand each other, an indirect criterion for which is the communicative perspective that appears in the process of communication. This article is devoted to the questions of its achievement.

Keywords: communication, communicative perspective, addressee, stereotypes, communicative act

Коммуникация, специфичность заданных ею параметров в совокупности создают ситуацию особого режима использования языка. Это обстоятельство обуславливает перемещение центра внимания на проблему рассмотрения языка в качестве системы знаков и правил, с помощью которых осуществляется процесс кодирования/раскодирования информации. Этот аспект изучения языка уже выходит за пределы классической лингвистики. Здесь требуются знания других позитивных наук, в частности, психологии.

Общее «языковое поле», или «кодовая система», является условием успешной коммуникации. И эффективность коммуникации, таким образом, обеспечивается уже не столько параметром единого национального языка, но фактором владения языковой поликонтекстностью: понимание и знание того, как «упаковать» и «распаковать» информацию, становится решающим.

В рассматриваемом контексте процесс общения также строится на совместном усилии говорящего и слушающего – собеседников, или постоянно меняющихся местами говорящего и адресата [1].

Миссия говорящего – как можно более точно отразить постоянно сопротивляющуюся маркировке «картину мира» («Назвать что-то – это как бы прикрепить к некоторой вещи табличку с именем» [2]) в ловах, расположив их по правилам кодировки, иначе «мир» ускользнёт от адресата, следовательно, коммуникативный акт не состоится.

Ответственность адресата за состоятельность коммуникации не менее велика: необходимость пробегать путь в обратном направлении, ставит перед ним цель приспособить услышанные слова к миру, вернувшись к первоначальному набору референтов, которые инициировали речь говорящего.

Роль слушателя, его коммуникативные навыки играют важную роль, однако сколь бы совершенными они не были, именно эта «переменная Я», вносящая дополнительные значения к референтам, всегда становится барьером для понимания. И это – базовая трудность любого коммуникативного акта.

Противоядием становится «руководящая и направляющая роль» адресанта (говорящего), который постоянно отслеживает аутентичность понимания адресата, направляя и корректируя его.

В свою очередь, слушатель может оказывать психологическое сопротивление, поскольку может предполагать, что «точно, лучше» понимает собеседника.

Таким образом, встречные коммуникативные стратегии, настроенные друг на друга речевые акты позволяют приблизить цель любого коммуникативного акта – эффективной кодировки и декодировки информации.

При общности кода (упорядоченная система знаков, а также набор правил их использования), имеющегося в распоряжении у участников коммуникативного акта, есть высокий шанс достичь взаимопонимания, но нужно иметь в виду, что сама фактура канала связи является тому препятствием, поскольку она суть совокупность условий, в которых протекает коммуникация.

Коммуникативный акт успешен при соблюдении двух условий «контактной ситуации»:

- 1) соотнесённость составляющих коммуникативного акта высказываний с референтом (наиболее точное их совпадение);
- 2) наличие коммуникативной перспективы.

При этом второе является закономерным следствием первого: некорректная соотнесённость высказывания с предметом высказывания влечёт за собой полное либо частичное непонимание, за чем следует не ожидаемая (отсутствующая) реакция адресата, что свидетельствует о неполноценности коммуникативного акта, следовательно, – отсутствие коммуникативной перспективы обещания/изменения действительно положения вещей.

Критерии информативности, позволяющие избежать неполноценности речевой коммуникации, известны:

- 1) релевантность (преимущественно связано с неточностью употребления слов);
- 2) отсутствие банальности (использование в речевой практике «неконструктивных» стереотипов);
- 3) адекватность представленной информации.

В данном перечне особый интерес представляет второй пункт: каким образом происходит циркуляция банальностей в социуме, а также когда банальности – оптимальны и совсем «не банальны», а обладают несущей функционала.

При этом количественный оптимум наличия банальностей (Как твои дела? Что Вы можете рассказать о себе? В чём смысл жизни? Ваши творческие планы?..) в речи

вычислить крайне сложно: предельный минимум и предельный максимум банальных высказываний.

Дозировка стереотипов/банальностей должен находиться полностью под контролем говорящего: мера соразмерности отбираемых банальных высказываний, их количество и функционал в контексте каждой отдельно взятой речевой ситуации говорящему необходимо постоянно держать «в уме».

На уровне «государственного языка» можно увидеть феноменологию коллективной стереотипизации коммуникативного опыта. Как правило, речь идёт о языке всё поглощающей доминантой социальной идеологии, легитимизирующей превышающий норму процент банальностей в языковой общественной практике.

Стереотипы содержательно пусты и ни к чему не отсылают: ни к одной ситуации («Верность принципам...», «Светлое будущее...», «Победа коммунистического труда...», «Классовая сознательность», «Горячая поддержка...», «Единодушное одобрение», «Два мира – два образа жизни...»).

Набор постоянно используемых в речевой практике банальностей создаёт «фон банальностей», в пространстве которого разворачивается вся социальная жизнь.

Коварство ситуации состоит в том, что при исчезновении клише не меняется структура практикуемых коммуникативных актов, и «ниши» заполняются иными банальностями.

Таким образом, можно наблюдать непрерывное воспроизводство банальностей на уровне коллективного социального.

Однако у стереотипов есть и позитивный функционал: они хранят информацию, касающуюся человеческого речевого поведения вообще, поэтому они не исчезают, а регулярно извлекаемые из исторических резервуаров подлежат ревизии, наполнению контекстным актуальным контентом. Так, например, на смену «новым людям» пришли «новые русские», «новые образовательные технологии».

Позитивные стереотипы, как правило, закрепляются в образной форме: оккупируя всё доступное пространство речевой территории, он становится единственно возможным способом описания явления, отсылки к нему.

Далее – вследствие чрезмерно активной циркуляции образа в речи (как это, например, произошло со словом «гламур») он начинает «утомлять»; так появляются пародийные контексты образа как результат его переосмысления («обыкновенный гламур», «беспощадный русский гламур», «сельский гламур», «провинциальный гламур», «отчаянный гламур...»), где позитивные коннотации сменяются отрицательными.

Таким образом, понятие, иронично выходящее из оборота, становится стереотипом – отработанной банальностью, использовать которую даже в шутку – признак дурного тона.

Далее стереотип ожидает фаза историзма, отсылающего к определённом периоду времени, означающему явление конкретного исторического момента времени существования общества. В данном случае банальность-историзм имеет нейтральный оттенок.

Однако это не окончание его жизни: новое поколение, творчески видоизменив его, наполнив актуальным содержанием, может использовать для обозначения схожего по контенту явления.

Исследуя стереотипы, всегда можно определить, на какой фазе развития они находятся. «К сожалению, типология стереотипов в отечественной науке до сих пор совершенно не разработана. Слово «стереотип» употребляется как синоним таким словам, как «штамп» и «клише», то есть нетерминологически. Даже отечественная лингвистическая прагматика – при всём её внимании к «лингвистическим конкретностям» – рассуждает о стереотипах вообще, словно это общее понятие не поддаётся никакому расчленению» [3, с. 273].

Однако общие представления о стереотипах всё же сформированы: это и штампы («поблёкшие образы»), и клише-канцеляризмы, и «общие места» как воспроизводство банальностей», также – формулы вежливости, дефиниции-тавтологии, банальная цитация, некритически использованные «модные слова», стереотипные заимствования.

1. Хан О.Н. Возможности технологии встречных усилий при изучении языковых дисциплин студентами технического вуза // Педагогическое образование в России. – 2016. – № 5.
2. Витгенштейн Л. Философские исследования. – Новое в зарубежной лингвистике. (Лингвистическая прагматика). – М.: Прогресс, 1985.
3. Клюев Е.В. Речевая коммуникация: Учебное пособие для университетов и институтов. – М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2002.

Федоровская В.О., Ильичева Т.С.

**Немецкоязычная оригинальная статья по медицинской тематике:
лингвистические и стилистические особенности**

*ФГАОУ ВО Первый МГМУ им. И.М. Сеченова Минздрава России (Сеченовский
Университет)
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/lj-07-2020-286

idsp: ljjournal-07-2020-286

Аннотация

В статье анализируется научная оригинальная статья медицинской тематики как жанровая разновидность научной статьи. Описывается композиционная структура статьи, соответствующая стандарту IMRaD, выявляются лексико-грамматические средства, используемые при написании разделов статьи. Исследование проводится на материале немецкого языка.

Ключевые слова: оригинальная статья, медицина, IMRaD, языковые средства, немецкий язык

Abstract

In this study we surveyed the original medical article as a type of scientific papers. The compositional structure of the article, corresponding to the IMRaD standard, is described, the linguistic elements used for writing different sections of the article are revealed. Research is based on German-language materials.

Keywords: original article, medicine, the IMRAD structure, linguistic elements, German

Введение

Работа современного врача, аспиранта, сотрудника медицинского вуза предполагает не только ведение и лечение пациентов, постоянное повышение квалификации, но и написание научных работ. Проведение фундаментальных и прикладных исследований в прорывных областях науки и информирование научной общественности о достигнутых результатах путем публикаций в ведущих зарубежных журналах является одним из инструментов упрочения академической репутации российских университетов на международном уровне. В частности, усиление публикационной активности является условием участия в Проекте 5-100, направленном на повышение конкурентоспособности ведущих российских вузов за рубежом [15]. Учитывая интенсивность научных и профессиональных контактов между Россией и