

Так в 1-ой подгруппе фразеологизмов «ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ/ ТРУДА», акцентируются такие, напр., признаки, как: 'трудная, тяжёлая, напряжённая/ 'легкая' работа': *Herculean labor; spade work; piece of cake*; 'нескончаемая и бесполезная': *a Sisyphian task/ toil*; 'неприятная, как правило, по морально-этическим соображениям': *dirty work*; 'бескорыстная или безвозмездная, доставляющая удовольствие': *a labour of love*; 'качественная': *a jim-dandy*. 'некачественная': *dog's dinner*. Во 2-й подгруппе фразеологизмов «ХАРАКТЕРИСТИКА ИСПОЛНИТЕЛЯ РАБОТЫ» выявляются как положительные, так и отрицательные черты работника такие, как:

'трудолюбивый': *eager beaver*; 'ленивый': *a bad lot*; 'опытный'-*a dab hand*; 'неопытный' *Babes in the woods*, 'напористый, усердный, энтузиаст': *a go-getter - an aggressive employee, a hard worker*; *a gung-ho extremely zealous or enthusiastic worker*; 'готовый прийти на помощь': *a helping hand*, и др.

Многочисленные глагольные ФЕ обозначают динамическую характеристику работы как действия - «работать / делать что-то КАК» и составляют Группу 4 «ХАРАКТЕР ВЫПОЛНЕНИЯ РАБОТЫ». Фразеологизмы этой группы в известной мере дублируют в понятийном плане группу субстантивных фразеологизмов (*eager beaver - to work like a beaver*), позволяя включение фразеологизмов в предложение в виде глагольных предикатов. В этой группе актуализируются те же признаки выполнения работы: 'быстро'

to make short work of smth; 'напряженно'- *to sweat one's guts out*; 'охотно'-*to make the feathers fly*; - 'серьезно'- *to get down to business*; 'эффективно, успешно'- *to work like a maniac*; 'легко' 'хорошо' 'плохо' 'лениво' 'увливать от работы, 'бездельничать' .

Коммуникативные ФЕ, т.е. пословично-поговорочные ФЕ, фиксируют те же признаки трудовой деятельности - усердие, опытность, энергичность, быстроту, и др., которые выявляются в номинативных (субстантивных, глагольных адъективных) фразеологизмах. Такие ФЕ со структурой предложения представляют собой законченные суждения о том, какой работник хороший а какой плохой (*A lazy sheep thinks its wool heavy*) и т.д.

ФЕ представляют собой конгломерат разнородных явлений не только по структуре и типу мотивированности: компонентной или целостной, но и по характеру образов, мотивирующих их значения. Фразеологический состав постоянно пополняется и обновляется. Фразеологические единицы выражают новые социально значимые смыслы и отражают историческую реальность. Если раньше успех в работе зависел в первую очередь от того, как рано встанет человек (*An early bird catches the worm*), потому что это был тяжелый физический труд, зависящий от светового дня, то сейчас успех в деле зависит от квалификации человека, его способности уловить перспективность идеи и не упустить возможность (*Opportunity seldom knocks twice*). Акцент в труде переносится с идеи физического труда на труд интеллектуальный, креативный (*Hitch your wagon to the star*), хотя при этом, это понятие не лишается своего первоначального признака 'трудный' (*Ninety percent of inspiration is perspiration*).

Историческая и культурная эволюция концептов проявляется в обновлении метафор, основывающихся на образах внутренней формы фразеологизмов, отражающих современную действительность (*busman's holiday, agony aunt, golden handshake*).

Литература

1. Карасик В.И., Слышкин Г.Г. Лингвокультурный концепт как единица исследования // Методологические проблемы когнитивной лингвистики: Сб. науч.тр. / Под ред. И.А.Стернина. – Воронеж: ВГУ, 2001.- С.75-80.
2. Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования.- М.: «Языки русской культуры», 1997.- 824с.
3. Воркачев С.Г. Культурный концепт и значение// Труды Кубанского государственного технологического университета. Сер Гуманитарные науки Т.17,вып.2. –Краснодар, 2003.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Л.В. Маркина

Минский институт управления, г. Минск, Беларусь

Пути, методы, средства изучения межкультурной коммуникации зависят от понимания исследователем человеческой природы, окружающего мира, их взаимосвязи и взаимовлияния. Так некоторые исследователи полагают, что реальный мир существует объективно, вне людей, следовательно, он может быть изучен, измерен. Другие считают, что мир представлен только в субъективном опыте людей. Таким образом, философские принципы об устройстве мира оказывают влияние на то, как изучаются культура и коммуникация, в частности, межкультурная коммуникация.

На современном этапе американские исследователи выработали три подхода к изучению межкультурной коммуникации. Они основываются на различном понимании культуры, человеческого поведения и коммуникации. Соответственно, используются разные методы исследования.

Первый подход может быть назван **социальным (или функциональным)**. Приверженцы этого подхода исходят из того, что окружающий мир существует объективно, и он может быть изучен. Предполагается, что культура имеет, характеризуется и может быть описана через определенные, упорядоченные характеристики или паттерны. Взаимоотношения между культурой и коммуникацией имеют каузальный и детерминистский характер, т.е. культура определяет, как осуществляется общение людей. Принадлежность к определенной культуре (например, индивидуалистической или коллективистической) дает возможность предсказать поведение человека. Задача исследователя заключается в том, чтобы описать и предсказать поведение человека, исходя из объективно существующих в каждой культуре паттернов поведения, которым человек следует в выборе своего поведения. Исследователи заимствуют количественные методы исследования из психологии и социологии, например, получение информации через анкетирование и наблюдение с использованием методов математической статистики для подсчета результатов.

Следующим подходом является **объяснительный** подход. Исследователи, исповедующие этот подход, исходят из того, что окружающий мир представлен в общении субъективно. Коммуникация в большой степени зависит от самих участников общения. Они не считают, что поведение человека предопределено паттернами культуры, к которой люди принадлежат, следовательно, его трудно предсказать. Напротив, они полагают, что поведение людей, принадлежащих к одной и той же культуре, характеризуется большим разнообразием. Целью такого рода исследований является понимание и описание поведения людей в данной культуре. В отличие от последователей социального подхода, которые считают, что коммуникация находится под влиянием культуры, последователи объяснительного подхода считают, что культура создается и существует в коммуникации. Они используют методы, заимствованные из антропологии и

лингвистики. Они описывают культурные паттерны или правила, которым индивиды следуют в определенных контекстах. Целью исследований в рамках данной парадигмы является не предсказание поведения, а достижение понимания его.

Третьим подходом является **критический** подход. Сторонники этого подхода так же, как и представители объяснительного подхода, исходят из понимания субъективности отражения человеком окружающего мира, а культура понимается как общественная структура. Для них так же важное значение имеет контекст, в котором происходит коммуникация, т.е. актуальная ситуация, предыстория, окружающие условия. Однако они концентрируют свое внимание на влиянии макроконтекста, например, как политические и социальные структуры оказывают влияние на коммуникацию. Особое внимание они уделяют историческому контексту. Чрезвычайно большое значение уделяется изучению роли власти. Этот подход подчеркивает важность учета структурных и материальных условий, которые оказывают влияние на межкультурное взаимодействие. Целью исследователей является не только достижение понимания человеческого поведения, но и поиск путей, как изменить к лучшему жизнь людей.

Известные американские ученые Джудит Мартин и Томас Накаяма предлагают диалектический подход к анализу особенностей межкультурной коммуникации. Они исходят из того, что процесс межкультурной коммуникации – это противоречивый и относительный процесс, находящийся в постоянном развитии и под воздействием множества факторов. Они предложили шесть диалектических положений.

Диалектическое положение «Культура – индивидуальность». Межкультурная коммуникация является одновременно процессом, определяемым культурой, и процессом, находящимся под влиянием индивидуальных особенностей человека.

Диалектическое положение «Личность – контекст». Хотя как индивидуумы мы поступаем на индивидуальном уровне, контекст в общении также играет важную роль.

Диалектическое положение «Различия – сходства». Как у представителей человеческого рода у нас в коммуникации наблюдается много общего, но одновременно мы отличаемся тем, каким образом строим свое общение (например, мужчины и женщины). Если мы ориентируемся только на сходства, то это ведет к стереотипам и предрассудкам, а если мы принимаем во внимание только различия, то мы игнорируем культурную основу, которая является общей в данной культурной группе.

Диалектическое положение «Статика и динамика». МК является одновременно и статичным и динамичным процессом. Некоторые культурные паттерны являются относительно статичными, в то время как другие изменяются со временем (например, личностные черты).

Диалектическое положение «Прошлое – настоящее – будущее». Это положение подчеркивает необходимость учета одновременно прошлого и настоящего в межкультурной коммуникации. История имеет существенное влияние на понимание состояния дел в настоящее время.

Диалектическое положение «Преимущество – препятствие». Это положение подчеркивает тот факт, что люди в межкультурном общении одновременно могут находиться в привилегированном и ущемленном состоянии.

Как пишут авторы, диалектический подход является своего рода линзой, через которую можно и следует изучать процесс межкультурной коммуникации, принимая во внимание его противоречивый характер.

Литература

J. Martin, T. Nakayama *Intercultural Communication in Contexts*, McGraw Hill. 2004.

ЯЗЫКОВЫЕ ПРИЗНАКИ ПОЛЕМИКИ

Е.В. Сажина

Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины, г. Гомель, Беларусь

kisalru@tut.by

«Полемика – вид языкового общения нескольких партнеров и в этом смысле – диалог» [1, с. 9]. Полемика представляет собой спор, при котором имеется конфронтация, противостояние, противоборство сторон. Исходя из этого, полемику можно определить «как борьбу принципиально противоположных мнений по тому или иному вопросу, публичный спор с целью защитить, отстоять свою точку зрения и отвергнуть мнение оппонента» [2, с. 6]. Как известно, к причинам возникновения полемики относятся 1) мешающий работе разнобой; 2) нечеткость границ области аргументации, степень достоверности используемой информации, допустимость применения ее в качестве оснований аргументации; 3) сомнительность опубликованных умозаключений и рассуждений из-за противоречащих здравому смыслу выводов; 4) осознанность реальной проблемы и потребность изыскать средства ее преодоления [1, с. 14]. Каждая из вышеперечисленных причин полемики может обуславливать характер того или иного типа дискурса как, например, полемического дискурса печатных СМИ, понимаемого как диалог, происходящий в пределах социального института печатных СМИ между индивидами и группами, в ходе которого ведется обсуждение актуальной проблемы с целью нахождения путей ее решения.

Актуальность темы настоящего исследования обусловлена рядом факторов, один из которых заключается в том, что полемическое общение составляет важную часть человеческой коммуникации, в целом, и коммуникации в публицистике, в частности. В полемическом дискурсе печатных СМИ речевая интеракция между адресантом и адресатом направлена на поиск решения проблем социального, политического, образовательного характера. Это заставляет исследователей полемического общения неоднократно обращаться к истокам возникновения конфликтных ситуаций с целью понять, что побуждает людей вступать в конфронтацию. Еще одним немаловажным фактором, обуславливающим необходимость исследования такого явления как полемика, является отсутствие комплексных исследований полемики с позиций лингвистики: недостаточно разработан перечень способов и средств ее проявления в речи, отсутствует их системная классификация, что затрудняет установление ядра и периферии в выражении значений полемики.

Безусловно, в возникновении полемики определенная заслуга принадлежит содержательной стороне текстовой информации, сущности описываемой проблемы, логичности изложения материала. Бесспорно и то, что полемика может иметь паралингвистические отличительные особенности в сравнении, к примеру, со спором. Однако немаловажным является установление языковых характеристик полемики, что внесет определенный вклад в развитие теории полемической коммуникации.

В ходе анализа практического материала, представленного 10 проблемными статьями из английских газет «The Guardian», «The Observer» и американской газеты «The New York Times» и 300 откликами на них, было установлено, что для полемического диалога характерно употребление контекстуальной топики-эмоциональной лексики [3, с. 61]. Так, в примере *The unidentified gunman committed suicide at the scene. The motive for the attack, the type of <...> were also as yet unknown. Police did not confirm eyewitness reports that the gunman was <...>. The carnage began around 7.15 a.m. when the gunman opened fire <...>* топики-эмоциональное слово *gunman*, в значении которого эмоциональный компонент возникает в контексте полемического дискурса, сообщает читателю о реально существующей проблеме, возможное решение которой может зависеть от адресата. Повторы данной лексемы в пределах текстового поля проблемной статьи акцентируют внимание на