

ХАРЧЕНКО Елена Владимировна

**МЕЖЛИЧНОСТНОЕ ОБЩЕНИЕ:
МОДЕЛИ ВЕРБАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ
В ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТРАТАХ**

Специальность 10.02.19 - теория языка

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
доктора филологических наук

Челябинск – 2004

Работа выполнена в секторе психолингвистики и теории коммуникации
Института языкознания РАН.

Научный консультант: доктор филологических наук, профессор
Уфимцева Наталья Владимировна.

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, профессор
Ерофеева Тамара Ивановна

доктор филологических наук, профессор
Питина Светлана Анатольевна

доктор филологических наук, профессор
Стернин Иосиф Абрамович

Ведущая организация: Московский государственный областной
университет

Защита состоится 14 июня 2004 г. в 10 часов на заседании
диссертационного совета Д 212.296.05 по защите диссертаций на соискание
ученой степени доктора филологических наук при Челябинском
государственном университете по адресу: 454021, г. Челябинск, ул. Братьев
Кашириных, 129, конференц-зал.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Челябинского
государственного университета по адресу: ул. Братьев Кашириных, 129.

Автореферат разослан «13» мая 2004 г.

Ученый секретарь диссертационного совета
кандидат филологических наук, доцент

Е.И. Голованова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Последние двадцать лет характеризуются повышенным интересом лингвистов к вопросам языковой коммуникации в деловой сфере, где актуально разграничение профессионального или непрофессионального общения, что в первую очередь относится к областям повышенной речевой ответственности, в которых умение общаться предполагается как основное и необходимое условие успеха профессиональной деятельности. В профессиях типа «человек-человек» требуются *профессиональные коммуникаторы*, к которым мы относим специалистов, имеющих многообразные варианты речевого поведения и осознанно отбирающих их в зависимости от психологических характеристик личности партнера (партнеров) и ситуации с целью повышения эффективности делового взаимодействия.

Внимание к речевому поведению профессионалов обострилось в последние годы по многим причинам, назовем лишь некоторые из них: во-первых, антропоцентризм - общая тенденция смещения фокуса внимания на человека, в том числе в основной сфере его жизнедеятельности - трудовой; во-вторых, развитие науки и новых технологий, которое привело к узкой специализации во многих отраслях, что обусловило появление большого количества терминов, затрудняющих коммуникацию и отражающих особое – профессиональное – языковое сознание; в-третьих, благодаря рыночным отношениям и изобилию товаров и услуг, практически не отличающихся качеством, все чаще в качестве основного критерия покупательского выбора выступает «речевое оформление» процесса приобретения.

Профессиональная деятельность изучается многими науками, такими как психология труда, социальная психология, педагогика, и наше исследование дополняет уже полученные ранее результаты в этих областях знаний данными, основанными на психолингвистическом изучении профессиональной речи с учетом корпоративных культур и этнокультурных особенностей.

Процессы интеграции и дифференциации, действующие в современном мире вызвали в конце XX века всплеск интереса к явлениям культуры, которые определяют уникальность групп людей, выделенных по какому-либо признаку и объединенных ценностными ориентирами, и влияют на взаимопонимание и взаимодействие представителей разных социумов, в том числе и корпоративных, к которым мы относим как представителей одной профессии, так и сотрудников одной организации.

По-новому сегодня воспринимается и этнокультурная принадлежность. Новые культурные универсалии, появляющиеся в ходе глобализации, неоднозначно воспринимаются учеными. В связи с этим выступает интерес ко всему специфическому, индивидуальному как проявлению культурных особенностей, в том числе обусловленных профессиональной деятельностью. Сегодня как никогда важным становится осознание языка, речевого поведения людей в качестве культурного феномена, влияющего не только на

эффективность отдельных коммуникаций, но и на развитие, становление, объединение нации.

Мы подходим к изучению межличностного профессионального общения с этнокультурных позиций, поскольку считаем, что национально-культурная специфика, «социальные архетипы» (К. Касьянова) во многом определяют успешность или неуспешность взаимодействия в том числе и в профессиональных сферах.

Актуальность заявленной темы обусловлена:

- возрастанием роли профессионализма в постсоветском обществе;
- появлением огромного числа новых для России коммуникативных профессий;
- изменением социально одобряемых норм ролевого поведения специалистов сферы «человек-человек», особенно связанных с межличностным взаимодействием;
- уменьшением доли механического труда и увеличение творческого, связанного с межличностными отношениями;
- возрастанием роли отдельного профессионала и появление потребности в согласовании действий и понимании друг друга специалистами из разных областей и разных социальных групп;
- осознанием общения как важной части эффективной трудовой деятельности в сфере «человек – человек»;
- осуществлением «тихой управленческой революции», суть которой в осознании того, что совершенствование управления, планомерное формирование позитивной корпоративной культуры дает больший экономический эффект, чем совершенствование техники;
- разрушением старых норм и формирование новых требований к профессионализму, в том числе – коммуникативной компетентности как показателю мастерства специалиста сферы «человек-человек».

В диссертационной работе исследован феномен *межличностного профессионального общения*.

Сознательное управление общением, прогнозирование результатов контакта, создание условий для оптимального взаимодействия с собеседником становится в коммуникативных профессиях не просто насущной необходимостью, а качеством, по которому оценивают уровень не только конкретного специалиста, но и всей организации (фирмы, завода, холдинга и под.) в целом. Именно эффективное межличностное общение зачастую становится конкурентным преимуществом, позволяющим выиграть в тех сферах, где качество, цена и ассортимент товаров и услуг все в большей степени дублируются. Конфликты непонимания в работе профессиональных коммуникаторов в сущности можно рассматривать как брак, поскольку профессиональное речевое поведение, прежде всего с точки зрения потребителей, должно входить в число необходимых специальных умений и навыков.

Перспективность заявленного направления исследования связана также с появлением новых видов взаимодействия между людьми. Особое место занимает виртуальное общение в чатах и посредством электронной почты (в том числе и в деловой сфере). Изменяется речевое поведение у людей, использующих сотовую связь, специфичен безбумажный документооборот, Интернет-совещания и Интернет-конференции, нетрадиционно общение в трансконтинентальных корпорациях. Возрастает внимание к лингвистическим исследованиям и в связи с распространением качественных методов (в первую очередь в социологии и маркетинге), где при подготовке и проведении исследований в виде опроса, фокус-группы или анкетирования нельзя не учитывать законы межличностного общения.

Для представителей многих профессий владение речью и культурой общения стало осознаваться в современном российском обществе как первостепенное (например, в сфере обслуживания). Наши наблюдения за новыми межличностными отношениями в складывающейся рыночной экономике России со всей очевидностью доказывают, что профессиональное речевое поведение должно быть осознаваемым, структурированным, управляемым.

Целью исследования является формирование теоретической базы нового направления психолингвистических исследований – моделирования межличностного общения в профессиональных сферах.

Для достижения указанной цели предполагается решить следующие **задачи**:

- 1) изучить состояние межличностного общения в профессиональных сферах (бытующие модели речевого поведения);
- 2) описать социально одобряемые и социально порицаемые формы речевого поведения специалистов в современном российском обществе;
- 3) установить специфику менталитета россиян в восприятии типичных представителей профессий и их стереотипных высказываний;
- 4) предложить оптимальные пути моделирования профессионального межличностного общения как с внешним клиентом (потребителем товаров и услуг), так и с внутренним (сотрудниками, руководством);
- 5) выявить возможности использования речевых конструкций для диагностики стандартных стратегий поведения;
- 6) обосновать этнокультурную специфику вербального поведения в профессиональных сферах;
- 7) проанализировать и сопоставить модели вербального поведения в зависимости от их типичности или специфичности, эффективности, этнокультурных особенностей.

Объект исследования – межличностное общение в профессиональных сферах.

Предмет исследования – модели вербального поведения профессиональных коммуникаторов в процессе межличностного общения.

Помимо традиционных **методов исследования** нами использовались свободный ассоциативный эксперимент, адаптированный психологический метод незаконченных предложений (разработана авторская методика проведения и анализа на базе теста незаконченных предложений), интервьюирование, метод фокус-групп, анкетирование для выявления нормы через оценку предложенных высказываний, интент-анализ профессиональной речи (ручные, аудио- и видеозаписи), интерпретативный анализ, элементы количественного анализа.

Материал исследования:

1. диалоги профессионалов сферы «человек-человек» с потребителями товаров и услуг (более 600), зафиксированные в разное время (с 1977 по 2003 гг.) в том числе и при участии автора в Челябинске и Челябинской области и хранящиеся в картотеке Челябинского государственного университета и личной аудио- и видеотеке;
2. ручные, аудио- и видеозаписи речи профессионалов, сделанные автором в разных организациях и фирмах;
3. материалы экспериментов: для выявления социально одобряемого и социально порицаемого образа профессионала, а также бытующих положительных и отрицательных моделей речевого поведения профессионалов были опрошены в период с 1999 года по 2003 год реципиенты в количестве: 800 человек (качества и высказывания продавцов в 1999-2001 гг.), 50 человек (качества и высказывания продавцов в 2003 г.), 500 человек (качества и высказывания врачей, учителей, инженеров), 20 человек (качества и высказывания психологов); в результате было получено 5810 запомнившихся опрошенным высказываний профессионалов (учителей, врачей, продавцов, инженеров) и названо 17783 типичных качества (учителей, врачей, продавцов, психологов, инженеров); для определения ассоциативных норм в восприятии профессионала и цветовых ассоциаций было опрошено 285 респондентов; 341 респондент был опрошен при определении закрепленности речевых конструкций за сферами деятельности (предлагалось 25 высказываний вне контекста с целью выявить, представителю какой профессии приписываются эти фразы); обработано более 570 тестов незаконченных предложений, принадлежащих сотрудникам организаций г. Челябинска, Екатеринбурга, Москвы, Североморска и др.;
4. данные словарей, тексты, распространенные в организациях и в Интернете, учебники и учебные пособия для профессиональной подготовки специалистов сферы «человек-человек», изданные в разное время, журнальные статьи и другие материалы, позволяющие выявить этнокультурные особенности межличностного профессионального общения через овнешнение языкового сознания носителей русской культуры.

Новизна исследования заключается в том, что оно представляет новое направление в современной психолингвистике, ориентированное на моделирование межличностного общения в профессиональных стратах; выдвинуты теоретические положения, изменяющие сложившиеся представления о межкультурных коммуникациях как только межэтнических; материалом впервые послужили корпоративные тексты и данные экспериментов, проведенных в профессиональной сфере «человек-человек»; разработаны новые методики исследования; представлены многочисленные варианты речевого поведения, среди которых установлены инвариантные речевые формулы, способствующие, как показала апробация в ходе практической деятельности по формированию корпоративной культуры, значительному повышению эффективности межличностного общения специалистов с внешними и внутренними клиентами.

Теоретическая значимость работы определяется формированием нового направления психолингвистических исследований – моделирования речевого поведения в профессиональном межличностном общении; расширением объема понятия «межкультурные коммуникации»; формулированием национально-культурных речевых поведенческих вариантов, одобряемых и порицаемых современным российским обществом; определением методов диагностики сложившейся корпоративной культуры и способов ее коррективы путем влияния на языковое сознание специалистов.

Практическая ценность исследования состоит в возможности использования полученных данных в ходе реальной практической деятельности по обучению будущих специалистов оптимальному профессиональному общению, а также в процессе повышения квалификации представителей коммуникативных профессий (менеджеров, чиновников, администраторов, продавцов, банковских служащих, работников сферы обслуживания и др.), в курсах лекций по психолингвистике, теории речевого общения, культуре речи и стилистике русского языка, риторике и т.п.

Положения, выносимые на защиту:

1. Подход с позиций теории речевой деятельности позволяет теоретически обосновать специфику клиентоориентированного речевого поведения в профессиональной сфере «человек-человек», особо значимой в условиях перестройки социально-экономических отношений современной России. Необходимо ввести факторы, которые следует учитывать для эффективного межличностного общения (в первую очередь социально закреплённые ролевые предписания, определяющие прогнозирование поведения профессионалов).

2. В условиях глобализации происходит разрушение старых норм и формирование новых требований к профессионализму, в том числе – коммуникативной компетентности. В настоящее время сосуществуют разные модели взаимодействия в деловой сфере (основными можно признать «бюрократическую», «клиентоориентированную», «прозападную»).

Неформальный межличностный контакт пронизывает все виды общения, служит базой, условием и необходимым компонентом и профессионального, и дружеского общения.

3. Профессиональное межличностное общение является фактором, определяющим качественные характеристики результата (продукта) профессиональной деятельности. Осознание общения как важной части эффективной трудовой деятельности в сфере «человек – человек» приводит к необходимости специального обучения, поскольку профессиональное речевое поведение должно быть осознаваемым, структурированным, управляемым.

4. Под межкультурными коммуникациями наряду с традиционным (как общение между представителями разных национальных культур) продуктивно понимать и речевое взаимодействие между представителями разных корпоративных культур. Это определяет необходимость учёта разницы языковых сознаний при общении специалистов разных профилей, а также профессионалов и дилетантов, «профанов» (неспециалистов в конкретной сфере деятельности).

5. Моделирование профессионального общения на современном этапе невозможно без учета таких реалий, как общечеловеческие ценности, корпоративные культуры, этнокультурная специфика взаимодействия, социально закреплённые нормы.

Объем и структура работы. Диссертационное исследование носит теоретико-экспериментальный характер и изложено в двух частях: первая часть содержит теоретическое обоснование, анализ полученных результатов, выводы, библиографию; вторая часть включает описание экспериментов и полученные в их ходе данные, а также приложение по практическому использованию представленной в первой части теории при обучении профессиональных коммуникаторов. Первая часть состоит из введения, семи глав (Глава 1. Общение как объект междисциплинарных исследований. Глава 2. Профессиональное общение. Глава 3. Основные направления в исследованиях дискурса. Глава 4. Моделирование как метод психолингвистики. Глава 5. Корпоративные культуры и их отражение в языковом сознании (по данным свободного ассоциативного эксперимента). Глава 6. Образ профессионала, закреплённый в русской культуре (на примере врача, учителя, продавца и инженера). Глава 7. Моделирование профессионального общения) заключения, списка литературы, словарей и источников материала исследования. Работа иллюстрирована таблицами и схемами. Текст диссертации изложен на 470 страницах первой части и 224 страницах второй части.

Апробация работы. По теме исследования опубликованы три монографии (две из них коллективные, одна – индивидуальная; общий объем около 30 п.л.), 10 статей (около 12 п.л.). Основные положения и результаты работы обсуждались на различных конференциях, конгрессах и симпозиумах: «Русский литературный язык: грани и границы» (Челябинск, 1998),

«Динамический аспект лингвистических исследований» (Челябинск, 1999), «Актуальные проблемы теоретической и прикладной лингвистики» (Челябинск, 1999), «Актуальные проблемы сопоставительного языкознания и межкультурные коммуникации» (Уфа, 1999), «Языковое сознание: содержание и функционирование. XIII Международный симпозиум по психолингвистике и теории коммуникации» (Москва, 2000), «Актуальные проблемы лексикографирования научных исследований» (Челябинск, 2000), «Профессиональная риторика: проблемы и перспективы» (Воронеж, 2001), «Межкультурные коммуникации в когнитивном аспекте» (Челябинск, 2001) «Лингвокультурологические проблемы толерантности» (Екатеринбург, 2001), «Русский язык как государственный. Динамика и перспективы» (Челябинск, 2002), «Русский язык: история и современность» (Челябинск, 2002), «Толерантность в современном мире» (Екатеринбург, 2002), «Социальные варианты языка» (Нижний Новгород, 2002), «Сопоставительная филология и полилингвизм» (Казань, 2002), «Языковое сознание: устоявшееся и спорное. XIV Международный симпозиум по психолингвистике и теории коммуникации» (Москва, 2003), «Языки профессиональной коммуникации» (Челябинск, 2003), «Язык, сознание, культура: детерминационная зависимость» (Москва, 2003), «Речевая коммуникация: теория и практика» (Москва, 2004), а также на заседаниях Вузовской академической лаборатории межкультурных коммуникаций при Челябинском государственном университете и в секторе психолингвистики и теории коммуникации Института языкознания РАН.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первой главе «Общение как объект междисциплинарных исследований» рассматривается соотношение общения и деятельности, проводится сопоставление общения и коммуникации, определяются виды взаимоотношений в общении как речевой деятельности (субъект-субъектные/ субъект-объектные).

Вопрос о соотношении общения и деятельности активно обсуждался в работах известных философов, психологов, социологов, психолингвистов (Г.М. Андреева, Л.М. Архангельский, В.Г. Афанасьев, Л.П. Буева, М.С. Каган, Б.Ф. Ломов, А.В. Мудрик, А.А. Леонтьев, Б.Д. Парыгин, В.Н. Сагатовский и др.). Можно выделить несколько точек зрения: 1) общение является одним из видов деятельности; 2) общение – это нечто принципиально иное, чем деятельность; 3) общение – неперенный атрибут деятельности. Г.М. Андреева пыталась сблизить эти подходы, предложив рассматривать общение и как сторону совместной деятельности (поскольку сама деятельность не только труд, но и общение в процессе труда), и как ее своеобразный дериват. М.С. Каган говорит о том, что вопрос заключается в определении деятельности, поскольку ее можно рассматривать либо как только операции, производимые субъектом с объектами, либо как всю полноту и целостность проявления действенной энергии человека как субъекта, и делает вывод, что «деятельность человека не

следует сводить к его предметной деятельности, и тогда общение естественно впишется в это ...разностороннее проявление человеческой активности».

В исследовании мы придерживаемся мнения тех ученых, которые рассматривают общение как один из видов деятельности, а точнее – речевую деятельность, имеющую свою специфику.

Вторым вопросом, на котором мы остановились, является соотношение понятий «общение» и «коммуникация». Несмотря на то, что во многих современных работах они используются как синонимы, мы разграничиваем эти понятия.

Проблемы общения в своих работах затрагивали такие видные лингвисты, как И.А. Бодуэн де Куртенэ, Е.Д. Поливанов, А.А. Шахматов, Л.В. Щерба и другие, однако долгое время язык и речь рассматривались в отрыве от реальной ситуации общения, вне контекста. Лингвистов интересовал «язык в чистом виде» и в первую очередь продукт общения – текст. С середины 50-х годов проявился новый подход, согласно которому язык (и текст как материальный продукт) должен рассматриваться не изолированно, а в рамках того взаимодействия, в котором он возник, т.е. как продукт и компонент коммуникативного процесса. Антропоцентрический подход к языку активизировал интерес к личностным и социальным сторонам деятельности говорящего. Стало ясно, что реализация и интерпретация определённых стратегий речевого общения не могут осуществляться без учёта многообразных личностных, этно- и социокультурных аспектов коммуникативного процесса.

В связи с этим растет интерес к этнокультурным особенностям коммуникантов, по-новому воспринимается их «непохожесть», на смену унификации и стремлению к интеграции во всех областях приходит сохранение и изучение местных диалектов, ритуалов и других проявлений культуры (Д. Гудков, Н.К. Иконникова, С.И. Королев, В.В. Кочетков, В.В. Красных, Р.Д. Льюис, Т.Н. Персикова, И.А. Стернин, Н.В. Уфимцева и др.).

Особое значение для определения общения имеет теория речевой деятельности, разработанная А.А. Леонтьевым и Е.Ф. Тарасовым на базе психологической теории деятельности А.Н. Леонтьева, основным положением которой является то, что речь развертывается в структуре неречевой деятельности и только «ради нее». Речевое действие зависит не только от внешнего по отношению к нему мотива, но и от условий, обстановки, в которой протекает речь. Выбор операции хотя и определяется влиянием модели внешнего физического окружения, но эта модель формируется социализованным человеком в понятиях его социального опыта, и часто социальные ограничения на выбор операции гораздо сильнее физических ограничений.

Среди внешних, социальных обстоятельств речевого общения, которые, на наш взгляд, необходимо ввести в модель порождения речевого высказывания, одно из важных мест занимают этнокультурные особенности

общения, базирующиеся на «социальных архетипах» (К. Касьянова), поскольку они, во-первых, влияют на выбор речевых действий (а точнее – на закрепленные в культуре операции), во-вторых, определяют эффективность взаимодействия благодаря тому, что соответствуют норме, тому, как это принято у своих, следовательно, вызывают доверие у коммуникантов.

Национальная специфика общения проявляется как в социальном взаимодействии (интеракции коммуникантов), реализующих в каждом акте общения социальные связи, так и в речи, «обслуживающей» это социальное взаимодействие. И речевое, и неречевое общение коммуникантов регулируется едиными социальными нормами.

Специфичность коммуникативного поведения, свойственного носителям русской культуры, заключается в том, само общение для русского человека является самоценным; именно общение позволяет разделить окружающих на «своих» и «чужих», поскольку оно возможно только со «своим», с другом; общение со своими позволяет преодолеть формальные разногласия, интересы личности в этом случае будут выше государственных (особенно если какой-то порядок определяется как бесчеловечный); в культуре закреплены два стандарта поведения: со «своими» и с «чужими», – «чужой» не принимается в круг общающихся (часто это происходит путем игнорирования высказываний, прекращением разговора, увеличением дистанции).

Этнокультурная специфика в определенной мере влияет и на профессиональное общение. Так, при описании качеств специалистов большое внимание (особенно у представителей коммуникативных профессий) уделяется тем из них, которые связаны со взаимодействием людей. Важность общения подтверждается и тем, что, по данным наших исследований, основной причиной фрустрации специалистов в среднем и малом бизнесе являются отношения с сотрудниками и руководством.

Вторая глава посвящена профессиональному общению, которое рассматривается как важный критерий уровня профессионализма специалистов сферы «человек - человек».

Нужно сказать, что к некоторым областям профессиональной деятельности интерес традиционно высок. Это касается в первую очередь педагогического общения (В.Б. Базилевская, Н.А. Ипполитова, А.А. Леонтьев, А.К. Михальская, А.А. Мурашов, М.Р. Саввова, З.С. Смелкова, О.Г. Усанова и др.), есть работы, посвященные речевым коммуникациям в юриспруденции и медицине, военно-профессиональной среде (Н.В. Багрянская, Ч.Б. Далецкий, О.М. Дедова, Н.Н. Ивакина, Т.В. Мазур, М.Е. Новичихина, А.А. Панова и др.). Сегодня активное и целенаправленное изучение общения ведется в сферах обслуживания, коммерции, бизнеса (С.Б. Аракелян, Т.Н. Астафурова, Э.Э. Линчевский, Ю.П. Тимофеев, Л.А. Шкатова и др.).

Иначе стало восприниматься и изучение профессиональной речи, которое практически до последнего времени было связано в первую очередь с языками для специальных целей и преимущественно затрагивало лексико-

стилистический аспект. Изменение социально-экономических условий, расширение межкультурных контактов, в том числе и в профессиональных областях, выявило социальный заказ на изучение различных аспектов профессиональной речи, и сегодня можно выделить несколько активно развивающихся направлений. Профессиональная речь изучается:

- 1) при обучении профессионально-ориентированному общению на иностранном языке, для эффективных межкультурных коммуникаций между деловыми партнерами (Т.Н. Астафурова, Л.В. Макара, И.В. Михалкина, М.Г. Ударцева, И.И. Халеева и др.);
- 2) в рамках деонтологии как науки об этических проблемах профессии (А.А. Грандо, В.П. Котельников, Н.А. Магазаник, И.Я. Макшанов, В.Ф. Матвеев, И.С. Сук и др.);
- 3) как языки для специальных целей, в аспекте развития профессиональных жаргонов, профессиональных диалектов. Это направление имеет богатую историю и тесно смыкается с терминоведением (В.В. Виноградов, В.М. Лейчик, А.И. Моисеев, В.А. Татаринев, О.Н. Трубачев, Ф.П. Филин и др.);
- 4) как межличностное общение в профессиональной сфере, которое делится на взаимодействие специалиста и неспециалиста (покупателя, клиента, пациента и под.), а также специалистов одной области в разных организациях и разных областей в одной организации (С.Б. Аракелян, А.А. Леонтьев, Э.Э. Линчевский, Ю.П. Тимофеев, Л.А. Шкатова и др.).

Профессиональное общение мы рассматриваем как межкультурные коммуникации, поскольку собеседники относятся к разным корпоративным культурам. Традиционно под межкультурными коммуникациями понимается речевое взаимодействие между представителями разных национальных культур, но, на наш взгляд, к таковым можно отнести и выделенные по гендерным, возрастным характеристикам, а также принадлежности к корпорации. Обычно корпорация трактуется как объединение, союз, создаваемый на основе профессиональных или сословных интересов. На основании этого определения под корпоративной культурой мы понимаем как профессиональную культуру (культура, формируемая специалистами какой-либо области деятельности в течение длительного времени, которая передается вместе со специфическими знаниями), так и организационную культуру (культура, которая формируется внутри конкретного предприятия и выделяет его из числа других).

Мы признаем влияние национальной культуры на все существующие в ее рамках субкультуры, в том числе и корпоративные, поэтому свое исследование на данном этапе ограничиваем рамками русской культуры.

Одной из функций культуры является выработка стереотипов, которые служат для закрепления эффективных стратегий поведения, выработки общей картины мира, отраженной в языковом сознании, объединению ради достижения какой-либо цели. Оптимальные стереотипы эффективного

поведения сохраняются для новых членов группы в том числе и посредством закрепления через язык (выделение какого-либо предмета, действия и его название).

При анализе сбоев в профессиональном общении можно сделать вывод, что основные проблемы в межкультурной коммуникации связаны с общностью знаний, что проявляется в следующем:

- 1) в наполнении слова (тела языкового знака) разным содержанием;
- 2) в отсутствии у собеседника наполнения тела знака (например, при назывании диагноза врачом или перечислении технических характеристик машины продавцом);
- 3) в незнании дополнительной, символической нагрузки у знака.

Мы считаем, что при изучении профессионального общения особое внимание стоит уделять языковому сознанию субъектов деятельности. Особенно важно это в случае обращения к анализу межкультурных коммуникаций, к которым относятся и взаимодействия представителей разных корпоративных культур. Наиболее актуальным нам представляется учёт разницы языкового сознания при общении специалистов разных профилей, а также профессионалов и профанов (неспециалистов в конкретной сфере деятельности). При помощи метафоры «носитель профессиональной культуры» в данной работе предлагается описывать качества сознания человека, которые сформировались при «присвоении» определённой профессиональной культуры: перцептивные, полученные от органов чувств; концептуальные, формируемые в ходе мыслительной деятельности; процедурные, описывающие способы и последовательность использования перцептивных и концептуальных данных. Например, носитель филологической культуры имеет сознание, состоящее из психических образов и представлений, бытующих в своей среде, объединяющей лингвистов и литературоведов. Эти знания в виде образов сознания и представлений (значений слов), ассоциированные со словами (телами языковых знаков) используются коммуникантами для построения мыслей при кодировании и декодировании речевых сообщений с учётом культурных стереотипов.

При взаимодействии людей разных профессий выделяются особенности, выражающиеся:

- 1) в построении речевых стереотипов, осуществляемых в соответствии со стратегиями действий, которые формируются в профессиональном сознании;
- 2) в характеристиках образов сознания, отображающих предметы конкретной корпоративной культуры;
- 3) в этнокультурной специфике, которая во многом определяет нормы речевого поведения профессионалов.

Профессиональное общение мы рассматриваем в данной работе как межличностное общение. При выделении видов общения выбираются разные основания, во многом заданные системой области знаний, в рамках которой эта

классификация осуществляется. Отсутствие общепризнанной структуры видов общения осложняется еще и различием терминов. Поэтому мы считаем важным дать объяснение своего понимания межличностного общения. Профессиональное общение не сводится только к безлично-ролевому, а предполагает и межличностный вариант. Мы считаем, что межличностное общение – это непосредственное взаимодействие между небольшим числом людей, которые имеют возможность видеть, слышать, легко осуществлять обратную связь. Оно может быть деловым и бытовым. Бытовое общение – *личностно-ориентированное* взаимодействие, то есть предполагается, что каждый из его участников признает незаменимость, уникальность своего партнера, принимает во внимание особенности его эмоционального состояния, самооценки, личностных характеристик.

Профессиональное общение имеет *социально-ориентированный* характер, поскольку в нём формируются стандартные прогнозы поведения собеседника прежде всего на основании социальных характеристик (национальность, профессия, возраст, пол). Одной из наиболее важных черт, определяющих характер межличностного общения, является профессиональная принадлежность. Представители общей сферы деятельности несут на себе особую печать. Об этом говорит то, что довольно часто в качестве оценочной характеристики специалистов можно услышать *«типичный учитель»*, *«врач так врач»*, *«настоящий начальник»*, тогда как нет выражений *«типичный клиент»*, *«прохожий так прохожий»*, *«настоящий больной»*, то есть в этом случае при первых контактах специфическое не выделяется. При межличностном общении профессиональный коммуникатор должен учитывать важную психологическую потребность – это потребность человека чувствовать себя личностью. Человек всегда хочет, чтобы его воспринимали как индивидуальность, а не как одного из многих.

При таком общении в профессиональной сфере закрепляются стереотипы, позволяющие прогнозировать поведение профессионала и оценивать как правильное/ неправильное, привычное/ непривычное. Характер межличностного общения в профессиональной сфере зависит и от трудовой деятельности, которая также обуславливает и программирует содержание и характер делового общения людей, участвующих в создании материального продукта.

Мы выделили общие эффективные модели речевого поведения профессионалов, однако в зависимости от сферы деятельности специалиста иногда приходится вносить коррективы: так, высказывание *«Приходите еще»* в большинстве случаев рассматривается как нейтральное, близкое к этикетному, положительно оно воспринимается от продавцов и резко отрицательно – от врачей.

При изучении профессионального общения необходимо особо выделить те факторы, которые могут вызывать затруднения и приводить к конфликтам. Профессиональное общение – это управляемое общение, и управляться оно

должно именно профессионалом. Любое непонимание, а тем более конфликт, может расцениваться как брак в работе специалиста сферы «человек – человек».

В 2001 году мы провели пилотажный эксперимент по изучению языкового сознания профессионалов из разных областей деятельности (в качестве контрольной группы выступали студенты разных курсов и специальностей) методом свободного ассоциативного эксперимента. Всего в эксперименте приняло участие более ста человек. На первоначальном этапе реципиентам предлагался список из 125 слов, который затем был сокращен до 75 слов. В качестве стимулов выступали многозначные слова (*корень, связь, предмет*), названия людей по выполняемым социальным ролям (*предприниматель, инженер, покупатель*), определения (*громкий, глухой*). Большинство слов – имена существительные. В качестве предварительных выводов были сделаны следующие:

1) у многозначных слов можно выделить профессионально маркированные значения – это значения, наиболее часто актуализируемые человеком в профессиональной сфере деятельности, а следовательно, быстрее всплывающие при наполнении тела конкретного знака. Эти значения противопоставлены обыденным (типичным для большинства людей), иногда они противопоставлены и значениям, актуальным для другой профессиональной культуры. Так, можно считать профессионально маркированными реакции *согласный, звонкий* на стимул *глухой* у лингвистов, поскольку типичными реакциями на этот стимул были *немой, слепой, больница, дед, телефон, дядя, человек, ухо, не слышит, инвалид, немощный, старый, тетерев*;

2) у студентов уже на первом курсе можно выявить типичные реакции, говорящие о роде деятельности, например, у филологов: *анализ - (поэтического) текста / фонетический, звук – фонема, корень – слова, образ – герой, знак – прерывания*; у экономистов: *сбор – налоги, масса – нетто, закон – уголовный, звонок – сигнализация, права – государство, договор - сделка*; у юристов: *форма – иска, сбор – информации, брак – фиктивный, красный – кровавый, договор – контракт*. Эти значения встречаются и в ответах учителей-предметников или представителей других профессий.

По нашим наблюдениям, к сбоям в профессиональном общении приводят следующие факторы:

- 1) принадлежность к разным корпоративным культурам. Разные образы мира у специалиста и неспециалиста и, как следствие, возникающие различия между словом-знаком и его наполнением;
- 2) различное понимание прав и обязанностей коммуникантов. Конфликт возникает как следствие неправильного, ошибочного, нарушающего нормы (с точки зрения получателя информации) действия профессионала;

- 3) стереотипы, отражающие негативный опыт общения с профессионалом и мешающие адекватному восприятию ситуации взаимодействия;
- 4) недостаточная психологическая и речевая подготовка профессиональных коммуникаторов;
- 5) синдром профессионального «выгорания», или «отравления» чрезмерно интенсивным общением.

Речевое воздействие в профессиональной сфере имеет особое значение по многим причинам, главной из них является то, что цель общения – воздействие одного человека на другого. Цель речевого воздействия – определенная организация деятельности человека – объекта воздействия (реципиента). Воздействуя на реципиента, мы стремимся «спровоцировать» его поведение в нужном нам направлении, найти в системе его деятельности «слабые точки», выделить управляющие ею факторы и избирательно воздействовать на них.

Понимание реального дискурса своей целью имеет не дешифровку языковых знаков и даже не соотнесение языковых знаков с реальностью; оно направлено на постижение интенции говорящего, иллокутивной силы текста. Проще говоря, понимаем мы не речь, а человека, который свою речь обращает к нам (К.Ф. Седов 1999). В этой связи очень важными являются проведенные нами исследования по выявлению образа «идеального профессионала», закрепленные в культуре. Знание желательного и нежелательного образа профессионала в конкретной области позволяет сознательно соответствовать лучшему образцу, обращать внимание на значимые для клиента критерии (так, для учителя важными характеристиками являются справедливость, доброта и компетентность, для врача – профессионализм и милосердие, для продавца – вежливость и честность).

Можно говорить о намеренном и ненамеренном воздействии, прямом и косвенном, эффективном и неэффективном. Наряду с речевым воздействием мы выделяем экстралингвистические параметры, которые помогают или мешают воздействию (соответствие/ несоответствие сложившемуся образу, имеющийся положительный/ отрицательный опыт взаимодействия, предварительная информированность об уровне профессионализма и проч.).

Следует добавить, что речевое воздействие в разных сферах деятельности будет иметь свою специфику: воздействие учителя на ученика, как и начальника на подчиненного, будет подкрепляться авторитетом, более высоким положением первых, закрепленными в нашей культуре, влияние продавца, наоборот, затруднено именно из-за сложившегося недоверия к представителям этой профессии, заинтересованности в результате (поэтому излишняя вежливость от представителей сферы услуг воспринимается как сигнал о необходимости быть настороже).

Анализ показал, что при речевом воздействии в профессиональной сфере следует учитывать следующее:

- 1) этнокультурные стереотипы, закрепляющие социально одобренные модели поведения, внешнего вида и т.д., а также наличие определенного опыта взаимодействия со специалистами из этой сферы приводят к прогнозированию образа профессионала и его действий; соответствие нормам способствует большему доверию, а следовательно, облегчает процесс воздействия;
- 2) межкультурные различия, выражающиеся в разном мировосприятии: как правило, профессиональный мир у специалиста гораздо богаче, чем это может представить себе неспециалист; одним из следствий этого является разница в трактовке социальных знаков, избыток синонимов для обозначения одного явления (или закрепление в языке тонких различий) у профессионалов, и лакуны у обывателей;
- 3) наличие смыслового поля у индивида, возникшего благодаря структуризации присвоенного им общественного опыта, т.е. той «сетки», через которую он «видит» мир, той системы категорий, с помощью которой он этот мир расчленяет и интерпретирует.

Профессиональные коммуникаторы работают в первую очередь в сфере обслуживания, которая традиционно вызывает нарекания. Мы попытались объяснить причины не всегда положительно оцениваемого клиентами речевого поведения сервисодателей. В настоящее время в России можно отметить сосуществование двух типов обслуживания: наряду с традиционным уже сформировался прозападный стиль, отличительной чертой которого является подчеркнутая технологичность действий, холодная вежливость и неназойливость, такой сервис еще называют «незаметным». В сознании большинства россиян это обслуживание связывается с дорогими ресторанами, гостиницами, бутиками, в которых можно увидеть копирование западных моделей от оформления помещений до поведения сотрудников, что воспринимается скорее как экзотика, чем как норма.

Глава третья «Основные направления в исследованиях дискурса» посвящена проблеме дискурса, который изначально является междисциплинарным объектом исследования, с одной стороны, вобравшим в себя достижения многих гуманитарных наук, с другой – позволяющим определить новые парадигмы исследований, использовать новые методы и благодаря этому ставить и решать новые проблемы, как правило, находящиеся на пересечении гуманитарных наук. К его изучению привлечены сегодня не только лингвистика и психолингвистика, но и социальная психология, социология, политология, которые обращаются к изучению дискурса в надежде лучше понять социальную жизнь (Гилберт, Малкей 1987; Potter, Wetherell 1989; Harre, Stearns 1995).

При том, что дискурс-анализ – это молодая, к тому же характеризующаяся интенсивным междисциплинарным обменом область науки, она имеет множество связей и традиций. Одним из первых указал на влияние экстралингвистических факторов Л.П. Якубинский в своей работе «О

диалогической речи» (1925), позднее эти идеи получили развитие в работах М.М.Бахтина (В.Н. Волошинова), Г.О. Винокура, Б.А. Ларина. Зарождение теории дискурса в русской лингвистической традиции можно увидеть и в работах, посвященных изучению функционирования форм повелительного наклонения, а также при анализе разновидностей коммуникативных типов предложений. Так, А.М. Пешковский дифференцировал восемь оттенков императивного значения побуждения: простое побуждение, просьбу, мольбу, увещание, позволение, предостережение, приказание, шутливое или ироническое побуждение. Выделяя оттенки значений, передаваемых формами повелительного наклонения, В.В. Виноградов упоминал приказание, побуждение, совет, допущение, заклинание, долженствование, пожелание, предостережение, угрозу и т.д. Кроме этого, выходя за рамки наклонения, он касался ряда средств иных уровней языка: порядка слов, видов глаголов, модальных слов, также делая замечания об их связи с некоторыми разновидностями волеизъявления. Л.В. Щерба писал, что подлинное свое бытие язык обнаруживает лишь в диалоге, а Е.Д. Поливанов вслед за Л.П. Якубинским акцентировал в своих работах роль слушающего.

Использование термина «дискурс» во многих областях знания, отсутствие каких-либо единых установок даже в рамках лингвистической науки предполагает как разнообразие подходов к его изучению, так и множество определений (см. подробнее: Борботько 1998; Кубрякова 2000; Карасик 1998; Красных 2003; Макаров 1998, 2003; Сусов 2000; Чудинов 2003). В своих исследованиях мы придерживаемся одного из наиболее признанных на сегодня в лингвистике определений дискурса как формы целенаправленного, соотнесенного с партнером и обстановкой вербального поведения, обеспеченного коммуникативной компетенцией говорящих.

Дискурс-анализ развивается как совокупность отчетливо профилированных, хотя и взаимосвязанных направлений, обращенных к различным сторонам организации дискурса. Основное внимание при изучении дискурса уделяется следующим вопросам: разрабатываются системы правил коммуникации и интерпретации используемых выражений; исследуются стратегии дискурса (особенно в связи с правилами передачи роли говорящего, построением связанных пар как последовательностей взаимно соотнесённых речевых ходов, выбором определённых языковых и неязыковых средств); устанавливается зависимость особенностей речевых ходов от этнокультурных и возрастных факторов, типа дискурса; обнаруживается влияние ситуационных факторов специальных форм вербальной коммуникации: изучаются особенности педагогической, врачебной, консультационной практики, службы телефонной помощи, обсуждений в ситуации покупки, выступлений политиков и пр.; особое внимание уделяется языковым и коммуникативным барьерам, затрудняющим общение между группами; рассматриваются речевые акты как способы достижения определенной цели и под этим углом зрения рассматриваются используемые языковые средства.

В научной литературе выделяются следующие виды дискурса: персональный и институциональный, бытовой и бытийный, компьютерный и газетный, культурный и культурологический, политический и публицистический, философский и научный, религиозный и педагогический, деловой и рекламный, медицинский и массово-информационный. Межличностное профессиональное общение относится к институциональному дискурсу.

Принадлежность партнеров коммуникации к определенным национальным, возрастным, гендерным, корпоративным культурам оказывает существенное влияние на характер дискурса. Разные аспекты индивидуального опыта и поведения обусловлены принадлежностью человека к социальной группе, которая выступает как средоточие коммуникативных отношений. Каждая из институциональных сфер представляет собой набор типичных речевых актов, дискурсивных формул и требует коммуникативной компетенции от субъектов общения.

Четвертая глава «Моделирование как метод психолингвистики» раскрывает понимание моделирования как общенаучного метода познания и его использование в рамках частных наук. Все модельные представления в разных науках строятся на общем основании и, хотя и в разных формах, создают отображающий аналог, подобие, имитацию своих объектов. Общим у всех моделей является то, что модель является *выражением представления* об оригинале, уточняемым в процессе конструирования. Таким образом, моделирование становится специфическим методом исследования особым образом организованных объектов.

Философский подход к моделированию отражен в концепции М. Вартофского, согласно которой модель – это не просто и не только отражение или копия некоторого состояния дел, но и предполагаемая форма деятельности, репрезентация будущей практики и освоенных форм деятельности. Фактически модель рассматривается как конструкция, в которой человек располагает символы своего опыта или мышления как средство их понимания или объяснения другим людям.

М. Вартофский подчеркивает деятельностное начало у модели, под которой он имеет в виду не просто некоторую *сущность*, а скорее *способ действия*, представляющий эту сущность. В этом смысле, согласно указанной концепции, и альтернативные модели выступают как воплощения цели, выбранной в данный момент из всех альтернативных целей. Более того, модели как воплощения того или иного типа установок, представляют примеры готовности действовать тем или иным способом.

Активное использование понятия модели в лингвистических исследованиях связано с именами А.А. Леонтьева, И.И. Ревзина, Н. Хомского и др. Так, А.А. Леонтьев дает толкование термину «модель» и предлагает возможную классификацию моделей (Леонтьев 1969, 1974, 2003). И.И. Ревзин описывает типы лингвистических моделей, строит теорию лингвистических

моделей на базе использования теории множеств, математической логики и теории графов (Ревзин 1962). Вероятностную модель предлагает В.В. Налимов (Налимов 1974). Отдельные аспекты языка в речевой деятельности получают модельное объяснение в самых различных работах множества авторов (см., например, «трансформационные модели» Н.Хомского (Хомский 1972), «модели понимания речи» - И.П. Панкова (Панков 1982), «модель порождения речи» - А.С. Маркосян (Маркосян 1982), В.Д. Климонов (Климонов 1985), Б.Ю. Норманн (Норманн 1978), И.А. Зимняя (Зимняя 1978, 1985), Е.С. Кубрякова (Кубрякова 1986, 1991)). Модельные представления находят применение для рассмотрения практической деятельности переводчика (Ширяев 1979), а также для нужд обучения языку (Дусавицкий 1985).

Г.Г. Почепцов в работе «Теория и практика коммуникации» (1998) приводит двадцать пять теоретических моделей коммуникации: Р. Якобсона, В. Шкловского, Г. Шпета, Н. Евреинова, В. Проппа, Ю. Лотмана, М. Бахтина, Ч. Морриса, З. Фрейда, Ж. Лакана, К.Г. Юнга, Р. Барта, Ц. Тодорова, П. Бурдьё, П. Грайса, П. Ершова, А. Пятигорского, М.Фуко, У.Эко, Й. Хейзинги, К. Леви-Строса, Ж. Бодрийяра, Ж. Деррида, Ж. Делеза и М. Мосса.

Особое место занимает моделирование языкового взаимодействия в связи с разработкой проблемы построения лингвистических процессоров, обеспечивающих взаимодействие человек – ЭВМ на естественном языке. А.Е. Кибрик и А.С. Нариньяни, работающие в этом направлении, показали, что реальная машинная система, моделирующая участника диалога, должна включать такие обязательные компоненты языковой коммуникации, как модель предметной области общения, модель партнера, включающую его знание о предметной области, систему целей и задач сторон, представление текущей ситуации взаимодействия.

М.Л. Макаров в своей работе выделяет три основных теоретических модели коммуникации: информационно-кодовая модель коммуникации (Shannon, Weaver 1949), инференционная модель (Griese 1971), интеракционная модель коммуникации (Schiffrin 1994).

Анализируя наиболее известные модели коммуникации, мы пришли к выводу, что существуют тенденции к антропоморфности, что выражается в первую очередь в отражении в модели личностных (социальных и психических) качеств коммуникантов. Наряду с традиционными (ситуация, экстравербальное поведение) выделены в качестве отдельных факторов предпосылки ролевого речевого поведения и отношения между коммуникантами.

А.Е. Кибрик и А.С. Нариньяни считают, что модель должна учитывать физический, психологический, социальный и другие компоненты реального взаимодействия между людьми, причем эти компоненты должны отражаться и моделью среды, и моделью участника взаимодействия. Форма и степень включения в модель языкового взаимодействия проекции упомянутых внешних компонентов определяется сложностью этой модели и ее задачами.

И.А. Стернин при обосновании теории коммуникативного поведения как совокупности норм и традиций общения определенной группы людей вводит возможные модели описания коммуникативного поведения (Стернин 2000). Опираясь на многочисленные исследования, он предлагает три основные модели описания коммуникативного поведения народа: ситуативную, аспектную и параметрическую. Важным, на наш взгляд, является и сопоставительный подход к построению модели коммуникативного поведения, учитывающий культурную специфику (как национальную, так и отдельных групп, в том числе и профессиональных).

Моделирование и выработка конкретных технологий профессионального взаимодействия являются необходимым условием сбережения ресурсов профессионала, возможности сознательного планирования своего речевого поведения и прогнозирования его результатов. Повторяемость штатных ситуаций приводит к тому, что при отсутствии специального обучения эффективному речевому поведению каждый специалист вынужден вырабатывать речевые стереотипы, некоторые из которых заимствуются им из речи носителей одной корпоративной культуры (сотрудников одной организации или представителей одной профессии), а основные базируются на полученном социальном опыте.

В то же время излишняя креативность в деловой сфере может спровоцировать непонимание, ведущее к конфликту, напряжение, возникающее в результате появления дополнительных смыслов, а также привести к неоправданным потерям трудовой энергии. В деловой сфере именно ситуация общения и является «пусковым механизмом», определяющим социальные роли коммуникантов, в соответствии с которыми выстраивается их поведение.

Мы придерживаемся традиций Московской психолингвистической школы, что предполагает при моделировании профессионального общения учет и внутренних (психологических и психофизиологических), и внешних (социальных и социально-психологических) координат речевой коммуникации; выделение существенных признаков объекта моделирования; выявление социальных норм и ролевых предписаний, отраженных в сознании коммуникантов и имеющих этнокультурную специфику. В качестве диагностирующего и контролирующего способа использовался ряд экспериментов, описание и анализ которых даны в практических главах диссертационного исследования, а основные полученные данные представлены в аналитической части работы.

Мы рассматриваем процесс моделирования профессионального речевого поведения, с одной стороны, как способ отражения и воспроизводства сложившихся культурных стереотипов взаимодействия в этой области. С другой стороны, целенаправленный выбор из возможных вариантов речевого поведения предполагает наличие у профессионала желания сознательного созидания определенного результата своей деятельности.

Существующие варианты поведения профессиональных коммуникаторов уже, как правило, имеют социальную оценку (одобрение или порицание), что предполагает их воздействие на собеседника. Однако чаще всего они используются специалистами не сознательно для достижения определенной цели, а скорее «по привычке». Следует также учитывать, что в наше время происходит смена представлений о взаимодействии профессионала и клиента: если раньше последний выступал чаще всего как объект деятельности специалиста, то сегодня мы видим, что эта роль его больше не устраивает. Это проявляется в реагировании на замечания: *Выйдите немедленно из кабинета!* – *Ой, вот только не надо на меня орать!* (поликлиника); в «поучениях» обслуживающего персонала: *Девушка, что у вас за тон? Вы обязаны мне улыбаться. Улыбайтесь сейчас же, иначе я приглашу вашу начальницу, чтобы она вам объяснила, как нужно себя вести!* (почтовое отделение).

Моделирование как деятельность разбивается нами на ряд действий:

- выявление общих значимых качеств, функций, свойств и отношений объектов моделирования;
- выделение из них необходимых и достаточных (как правило, модель представляет упрощенную действительность);
- определение зависимостей, построение схем, включающих основные свойства моделируемых объектов;
- экспериментальная проверка адекватности модели;
- корректировка, внесение изменений.

На первом этапе работы необходимо было выявить и проанализировать бытующие удачные и неудачные речевые конструкции (типичные и нетипичные для конкретной сферы деятельности). За несколько лет работы нами было собрано большое количество записей устной речи (бумажный, аудио- и видеоварианты) специалистов в первую очередь из сферы торговли и обслуживания, также было проведено анкетирование разных групп населения, выявлены социально одобряемые и социально порицаемые типичные высказывания врачей, учителей, продавцов и инженеров (с применением метода воспоминаний). Благодаря проделанной работе были выявлены стереотипные модели вербального поведения профессиональных коммуникаторов, отражающие этнокультурную специфику взаимодействия, а также социально закрепленные образы представителей профессий (врач, учитель, продавец, инженер).

Для моделирования взаимодействия в профессиональной сфере можно брать разные основания. В своей работе мы рассмотрели наиболее значимые для профессиональной сферы модели речевого поведения специалистов. В зависимости от теоретической основы моделирования мы выделяем **дискурсивные** и **психолингвистические** модели речевого поведения профессионала.

Несмотря на разнообразие подходов внутри дискурсивного направления, в качестве базовых посылок можно выделить следующие: при рассмотрении

процесса взаимодействия учитываются правила, обеспечивающие координацию действий собеседников; устанавливается зависимость особенностей речевых ходов от этнокультурных и возрастных факторов, типа дискурса; особое внимание уделяется используемым языковым средствам, которые рассматриваются в структуре речевых актов как способов достижения определенной цели.

Моделирование стереотипных речевых актов в этом направлении происходит в соответствии с представлениями о возможных целях участников, исходя из чего моделируются типовые последовательности речевых актов и общие схемы течения диалогов разного типа (совещательных, аргументативных, конфликтных). Мы уже упоминали о том, что в некоторых работах предложены универсальные модели, представляющие разговор в форме «шаг – противошаг»: иницилирующая реплика обнаруживает некоторое намерение говорящего (первый шаг); реагирование партнера (позитивное, негативное, противоинициативное и пр.) дает варианты следующего хода (противошага) и т.д. (Hindelang 1989, Franke 1990). Назначение подобных конструктов – обозначить «основное русло» течения диалога, реализующего те или иные цели участников, выявить альтернативы в действиях собеседников. В перспективе предусматривается систематическое описание последовательностей речевых актов, отвечающих различным коммуникативным целям, моделирование структуры диалога при сложной постановке коммуникативных задач.

Дискурсивные модели, в нашем представлении, предполагают в первую очередь обращение к интенциям, намерениям говорящего. Основываясь на теории речевых актов, в речевом поведении профессионалов мы выделяем типичные для каждой сферы деятельности речевые действия. За основу взята детальная классификация речевых актов, включающая 14 типов речевых действий, данная в работе А.А. Романова (1988). Приведем примеры высказываний врачей:

сатисфактивы: *всех бы таких пациентов// вы самая спокойная пациентка// ну и зачем ты здесь, если не болеешь?// вы бы еще позже пришли// где вы были раньше?// почему раньше не обратились?// вам бы только жаловаться// ждете пока совсем запустите?*

комиссивы: *все будет хорошо// верьте мне и в то, что вылечитесь// не волнуйтесь за ребенка, все будет хорошо.*

эротетивы: *на что жалуетесь?// что вас беспокоит?// как вы себя чувствуете?// будем лечиться или еще поживем?// вам обязательно дать больничный?*

вокативы: *дружище// больной// золотая моя, открой ротик// золотце мое// миленькая, хорошенькая, потерпи еще чуть-чуть// солнышко, потерпи// следующий!// на что жалуетесь, барышня?// в очередь, душевнобольные.*

экспозитивы: *врачей бояться не нужно// будешь кричать - могу тебе не тот зуб выдернуть.*

регламентативы: *здравствуйте// добрый день// заходите, пожалуйста, ...// будьте любезны// пожалуйста, заходите.*

инструктивы: *раздевайтесь// проходите, садитесь// больше не болейте// у вас все хорошо, можете идти// чуть что – приходите// вход только по талонам// у нас перерыв// куда вы уселись?// без вызова не входить// без карточки не приму// без оплаты не обслуживаем// без талонов принимать не буду// вас еще не позвали// вещи - в гардероб.*

суггестивы: *болеть в наше время нельзя// с врачами лучше не спорить// больше бывайте на воздухе// вы что, идиота хотите родить?*

инвитивы: *проходите, пожалуйста// я вас внимательно слушаю// заходите, садитесь.*

аргументативы: *быть больным - это обуза для родных// в здоровом теле здоровый дух// врач сыт - больному легче// здоровых людей не бывает, бывают необследованные// красота требует жертв// насморк лечить - пройдет через неделю, а нелеченный - за 7 дней// ты не врач: не задерживай болезнь, а иди в больницу// это болезнь, и она излечима// вас много, а я один.*

констативы: *вы здоровы// все в порядке// вы абсолютно здоровы// пневмония верхней доли правого легкого рассосалась// язва очень хорошая// ваше заболевание неизлечимо.*

При выявлении моделей на базе теории речевых актов можно говорить об уместности тех или иных вербальных действий в конкретной профессиональной сфере, частотности и стереотипности тех или иных моделей в речи специалистов. Логичным в этом случае видится нам и выделение вида дискурса в зависимости от набора типичных речевых актов.

Предметом описания в дискурсивных моделях становятся также языковые средства, служащие определению иллокутивных целей и функций (например, глаголы, в особенности перформативные, выражающие речевые намерения при условии их употребления в 1-м лице настоящего времени изъявительного наклонения и т.д.; наречия, частицы, порядок слов, интонация), а также условия коммуникации. При анализе полученных методом воспоминаний стереотипных высказываний профессионалов мы выделили некоторые модели, используемые при построении и/или запоминании высказывания. Подробнее они анализируются в седьмой главе, здесь приведем лишь примеры.

Отрицательно оцениваются:

Глагол в повелительном наклонении + ...

Продавец: *говорите (23)// не трогайте руками! (5)// отойдите от прилавка (4)// сдачу-то возьмите! (3)// бери, пока есть!// берите, не пожалеете// берите, осталось несколько штук// берите, это последняя// вали отсюда// вы или берите или не загораживайте обзор// выбирайте и уходите// выбирайте сами// говорите, что нужно?// гони бабки// готовьте без сдачи// готовьте мелочь!*

Учитель: *встань в угол (2)// дай дневник (2)// замолчите! (2)// запишите домашнее задание (2)// иди за родителями (2)// иди к доске! (2)// подай дневник! (2)// встаньте, кто говорит// выходи к доске// закройте все рты!// закройте рты// замолчите все// заткни линейкой рот.*

Врач: *закройте дверь (36)// раздевайтесь (18)// рот закрой! (9)// встаньте в очередь (3)// откройте рот! (3)// повторите анализы (3)// не реви! (2)// расслабьтесь (2)// терпи (2)// вдохните, ... не дышите// говори, что у тебя болит// громко не кричи!// давайте вашу карту// дышите в сторону// дышите глубоко// замолчи, надоел // идите за талоном // замолчи, надоел // руки убери! // сиди и слушай./*

Почему + ...? (упрек)

Врач: *почему без талона?// почему в обуви зашли?// почему в пальто?// почему вы в верхней одежде?// почему вы не пришли как только поднялась температура?// почему же вы раньше не обращались?// почему за своим здоровьем не следите!// почему не лечитесь?// почему не обратились раньше?// почему раньше не пришли?// почему сразу не пришли?// почему я должна вас ждать?*

Учитель: *все читают, а ты почему в окно смотришь?// вы опять не готовы отвечать, почему?// почему вы так сделали?// почему вы такие трудные?// почему не сделали домашнее задание?*

Положительно оцениваются высказывания, построенные по таким моделям:

Давай/ -те (вместе) + глагол в 1 л. мн ч.

Врач: *давайте вместе подумаем, что может быть причиной ваших болей// давайте подумаем вместе//давайте послушаем вас// давайте посмотрим ваше горло// давайте просто поговорим// давайте сделаем иначе.*

Учитель: *давай еще раз попробуем разобраться!// давай попробуем вместе// давай я тебе помогу// давайте вместе подумаем над этой проблемой// давайте на уроке немного послушаем музыку (литература)// давайте подумаем вместе // давайте попробуем решить вместе// давайте с вами познакомимся.*

Продавец: *давайте посмотрим// давайте вам подберем еще юбку.*

Инженер: *давайте подумаем! //давайте разберемся, почему это случилось.*

Таким образом, в данной системе специалист вырабатывает интерпретативные схемы, которые позволяют осмысливать ситуации, вырабатывать способы осуществления профессиональных действий и реализовывать свои интенции.

Психолингвистические модели базируются на теории речевой деятельности, что предполагает при построении высказываний учет не только условий, отраженных в сознании говорящего, но и того, что закреплено в сознании слушающего. Поскольку в профессиональной сфере часто происходит взаимодействие представителей разных корпоративных культур,

особое внимание уделяется нахождению «общего языка», общих понятий. Такой подход предполагает необходимость специального обучения профессиональных коммуникаторов, поскольку при планировании и продуцировании своей речи для целенаправленного достижения результата неречевой деятельности они должны опираться не только на свое понимание ситуации, но и на модель ситуации, закреплённую в культуре и отражённую в сознании собеседника.

«Другоцентрическая» ориентация носителей русской культуры позволяет говорить о важности при взаимодействии образа собеседника, соответствие его поведения прогнозируемому, заданному определенной социальной ролью.

В результате экспериментов были выявлены закреплённые положительные и отрицательные образы профессионалов и стандартные высказывания, что позволило соотнести эти параметры и отразить их в предлагаемых моделях.

Таблица 1.

	Характеристики	Выражения
Продавец		
положительные	услужливый, ненавязчивый, любезный, расторопный, шустрый, жизнерадостный, искренний, подвижный, со вкусом, благожелательный, бодрый, прилежный, стильно одетый, уступчивый	<i>я вас слушаю// приходите еще!// вам помочь?// я могу вам помочь?// носите на здоровье!// приходите к нам еще// могу ли я вам помочь?// будьте добры// возьмите, пожалуйста// мы всегда вам рады// попробуйте, это очень вкусно// вам все подходит// вот на этот товар у нас не было нареканий покупателей</i>
отрицательные	наглый, назойливый, вульгарный, безучастный, надменный, небрежный, несимпатичный, привязчивый	<i>вы не видите - я занята // все на прилавке - смотрите сами// ничем не могу помочь// че претесь - не видите, обед?// выбирайте быстрее!// встаньте на мое место и обслуживайте быстрее// долго вы будете выбирать эту вещь?// ну надо же, полчаса стояла и ничего не выбрала// стоит тут надо мной весь день// у меня нет времени вами заниматься</i>
Учитель		
положительные	справедливый, объективный, мудрый, требовательный, выдержанный, интересный, рассудительный, эрудированный, беспристрастный, демократичный, корректный, обязательный, принципиальный	<i>блистательно// бывает, не все сразу понимают...// в следующий раз у вас получится// все сегодня хорошо поработали// все хорошо, подумай еще// вы все можете, только не хотите// вы мне как родные дети// главное - что ты умеешь мыслить// давайте вместе подумаем над этой проблемой// двойка - это не смертельно// для меня все ученики равны// для меня нет плохих детей, каждый ребенок трудится по своим способностям</i>

отрицательные	субъективный, черствый, злопамятный, консерватор, недалекий, холодный, бесцеремонный, завистливый, подлый, истеричный, постоянно уставший, язвительный	<i>я не собираюсь сидеть с самыми тупыми// дети - это безмозглые твари// не класс, а бараны// это твои проблемы// я тебя не спрашиваю // если не понял - я тут ни при чем// мне все равно: слушаете вы меня или нет// мы не обязаны с вами заниматься после уроков// нет времени// ничем помочь не могу// увидимся на пересдаче// что ты думаешь, меня не интересует// я два раза не повторяю// я получаю не так много, чтобы смотреть на вас дольше, чем урок</i>
---------------	--	--

Следует отметить, что особое внимание к социально закрепленному образу профессионала в нашей работе не случайно. Как мы уже писали, общение в России имеет свои особенности, важнейшей из которых является «другоцентричность» (Н.В. Уфимцева), которая проявляется в повышенном внимании к личности профессионала и ожидании от него «человеческого» отношения. Наряду с этим при моделировании профессионального общения необходимо учитывать общечеловеческие нормы поведения и законы взаимодействия; этнокультурную специфику общения, отражающую социальные архетипы; профессиональную корпоративную культуру, в значительной степени определяющую поведение специалиста, ролевую позицию, ожидания собеседника; корпоративную культуру организации, влияющую на отношения как с внешним, так и с внутренним клиентом (ритуалы, мифы, система поощрений и наказаний); личность профессионала с его сложившимися стратегиями поведения и возможностью обучения и самосовершенствования (миропонимание, система ценностей, выработанные стереотипы поведения, поведенческие стратегии, позволившие на каком-то этапе быть успешным).

В пятой главе рассматривается феномен корпоративной культуры как культуры профессионалов одной сферы деятельности, так и корпоративной культуры как культуры в рамках одной организации.

Проблема профессиональной корпоративной культуры активно изучалась уже в 80-90-х годах XX века в первую очередь для совершенствования подготовки специалистов, актуальность и важность этой темы привели к тому, что она из обычной методической работы превращается в самостоятельную область исследований, где находят место многие науки: педагогика, психология, экономика, социология, управление и т.д.

Одним из критериев сформированной культуры можно считать возможность выделить ее представителя благодаря наличию характеристик, закреплённых за представителями конкретной группы. Этот образ отражает наиболее характерные черты представителей культуры и в свою очередь влияет на межкультурные коммуникации, поскольку собеседник знает этот образец и в зависимости от него разрабатывает свою стратегию поведения.

Для выяснения места профессиональных культур в русском национальном сознании мы использовали свободный ассоциативный

эксперимент. В качестве стимулов были взяты наименования лиц по профессиям (корпоративная культура специалистов): врач, инженер, продавец, учитель, водитель, бухгалтер, - а также слова, отражающие вертикальные и горизонтальные взаимоотношения внутри организации (корпоративная культура предприятия): начальник, подчиненный, сотрудник, директор, управляющий (результаты этой части рассматриваются в следующем разделе). В эксперименте участвовали 285 респондентов, разных по возрасту и роду деятельности. Опрос проходил в форме анкетирования: слова-стимулы были написаны на листе-опроснике, в конце которого необходимо было указать сведения об опрашиваемом: пол, возраст, профессия. По биосоциохарактеристикам респонденты делятся следующим образом: 194 женщины и 91 мужчина. По возрасту мы разделили всех участников на 4 группы: от 12 до 16 лет включительно - 6 человек, от 17 до 24 лет – 102 человека, от 25 до 39 лет – 80 человек, от 40 до 67 лет – 97 человек. В графе «профессия» оказались данные, связанные с занятием и родом деятельности; наряду с профессиями (бухгалтер, учитель, парикмахер) были указаны должности (директор, начальник, заведующий) и род занятий (пенсионер, домохозяйка, студент, учащийся).

При классификации ассоциаций мы выделили следующие группы:

синонимы: реакции, имеющие родо-видовые отношения к стимулу (*врач – терапевт, хирург*), часто заменяющие и конкретизирующие слово-стимул (*учитель – человек с глобусом*): *официант - бармен, слуга, болван, взяточник, гарсон, лакей, лизоблюд, молодой человек, обманщик, обслуга, подлиза, прислуга, работяга, трудяга, юноша;*

антонимы: слова, отражающие объектные отношения, (дополняющие деятельность чаще всего за счет вторых лиц, на которых направлено действие): *врач – больной, больные, медсестра, пациент; учитель – ученики, дети; начальник – подчиненный;*

орудие: ассоциации, относящиеся к характеру работы, предметам, используемым в деятельности: *врач – шприц, фонендоскоп, градусник, лекарства, тонометр, слушалка, стетоскоп, таблетка, термометр, шпатель;*

место труда: *инженер - завод, цех, стройка, предприятие, институт, кабинет, вуз, завода, здание, на стройке, отдел, производство, проходная завода, цеха;*

характеристики (в том числе и метафоры, отражающие внутренние качества): *продавец - услужливый, грубый, нервный, вежливый, жадный, честный; менеджер - умный, быстрый, быстрые ноги, важный, деловой, коммуникабельный, муха, опрятный, по продажам, по торговле, подвижный, сорока, тигр, толковый, хитрый, швабра, шустрый;*

абстракции (существительные, отражающие отвлеченные понятия, часто абстрактные): *военный - четкость, аскетизм, долг, защита, мужество, ограниченность, опасность, суровость, точность, точность, тупость;*

внешность: водитель - грязная одежда, запах, кепка, майка, чистый; продавец - халат, колпак, фартук, улыбка, белый халат, грязный халат, косынка-чепчик, толстый, улыбочивый, человек с обветренным лицом;

способ труда: сотрудник – чай, встречи, договор, застолье, инструкция, кофе, переговоры; рабочий – нормы, план; водитель – на колесах, остановка, ремонт;

результат: начальник – зарплата; управляющий – много денег; рабочий – зарабатывает деньги, зарплата, продукция;

другое: подчиненный – мой, не всем же быть начальниками, это все мы; начальник – ОДУ (непонятная аббревиатура), Чукотки (название фильма); управляющий – высотка, горло, колокольчик, лестница, море, сериалы, сеть, служебная лестница, собака; рабочий – пыль, чайка.

В таблице 2 представлено количественное соотношение вошедших в ту или иную группу реакций, выделены самые большие показатели в группах, показано их процентное соотношение.

Таблица 2.

Профессия	всего	синонимы	антонимы	орудие	место труда	характеристики	абстракции	внешность	способ труда	результат	другое
Водитель	262	17	0	193	19	11	8	5	4	1	4
Оператор	261	15	0	189	18	5	3	7	11	8	5
Инженер	252	29	0	67	57	10	10	17	45	12	5
Бухгалтер	271	14	1	160	17	10	11	12	37	4	5
Экономист	263	15	0	121	20	13	18	9	35	10	21
Военный	273	40	0	33	37	7	11	121	16	6	2
Юрист	262	35	1	103	24	10	13	19	47	4	6
Учитель	271	15	10	96	69	25	28	14	11	0	3
Врач	268	25	5	47	62	17	26	62	12	8	4
Медсестра	274	32	3	75	43	9	19	34	53	2	4
Официант	267	18	0	106	79	12	15	26	6	3	2
Продавец	265	18	2	113	73	14	13	20	11	0	1
Менеджер	266	35	0	42	67	20	18	32	31	18	3
Всего	3455	308	22	1345	585	163	193	378	319	76	65
в процентах	100%	9%	1%	38%	17%	5%	6%	11%	9%	2%	2%

Можно отметить, что большинство профессий воспринимаются в первую очередь через орудие деятельности (38%), место труда (17%) и внешность (11%). Причем здесь видна высокая частотность одинаковых реакций - орудие деятельности: продавец – весы (31), прилавок (29), товар (19); официант – поднос (35), разнос (18), меню (12); врач – фонендоскоп (10), шприц (8), градусник (5); медсестра – шприц (48), градусник (6); инженер – кульман (14); военный – оружие (12), танк (10); учитель – указка (35), доска (18), мел (12); оператор – компьютер (54), камера (35), ЭВМ (25); водитель – машина (84),

автомобиль (32), руль (28); бухгалтер – счета (41), калькулятор (31), компьютер (14); экономист – компьютер (26), калькулятор (18). Место труда: продавец – магазин (67); официант – ресторан (51); врач – больница (44); медсестра – больница (32); учитель – школа (47); инженер – завод (28). Внешность: продавец – халат (6), колпак (4); менеджер – галстук-бабочка (11), галстук (10); официант – бабочка (7), фартук (7); врач – халат (46), белый халат (8); медсестра – халат (22), белый халат (4); учитель – очки (8), худой (3); инженер – очки (6); военный – форма (43), погоны (32); юрист – очки (9); бухгалтер – нарукавники (8), очки (4); экономист – очки (3), нарукавники (2).

Внимание к внешнему облику профессионала можно объяснить тем, что именно внешность является важным признаком, имеющим осведомительное значение и выполняющим регулятивную функцию, благодаря которым человек «опознается» как часть какой-либо группы (в нашем случае корпорации), и на уровне обыденного сознания его облик связывается с типичным (стереотипным) поведением представителя этой группы, в том числе и речевым. Такая программа поведения, по-видимому, является достаточно древней, поскольку благодаря ей шло распознавание «свой» - «чужой». Причем информацию о человеке мы получаем в том числе и благодаря «прочитыванию» символов, значение которых закреплено в нашей культуре. Например, реакция *очки* встречается у многих профессий: юрист (9), учитель (8), инженер (6), бухгалтер (4), врач (3), экономист (3), оператор (2). Однако ее совсем нет в реакциях на профессии продавец, менеджер, официант, медсестра, военный, водитель. Это может говорить о том, что в нашей культуре предмет «очки» при оценке человека как представителя профессиональной группы имеет дополнительное, символическое значения, часто неосознаваемое.

Данные ассоциативного эксперимента дают право выделить несколько типичных характеристик человека, актуализирующихся благодаря очкам: 1) умный; 2) культурный, интеллигентный; 3) не от мира сего, стеснительный, странный; 4) старый, мудрый, опытный. О том, что в настоящее время очки являются символом в первую очередь ума и опыта, говорит и появление следующих реакции к стимулу *умник – очки 3, в очках 2, очкарик* (РАС: кн. 5).

Таким образом, появление среди реакций на какую-либо профессию конкретных вещей не случайно, в данном случае предметы представляют, на наш взгляд, культурно зашифрованное значение. Можно в этом ряду символов рассматривать и такие реакции, как: галстук – менеджер (10), директор (4), начальник (4), управляющий (3), подчиненный (1); галстук-бабочка (бабочка) – менеджер (11), официант (7); кресло – директор (15), начальник (7), управляющий (5), водитель (1); кабинет - директор (32), начальник (23), управляющий (6), врач (4), юрист (4), подчиненный (3), сотрудник (1); халат – врач (54), медсестра (26), продавец (8), оператор (2).

При сопоставлении коммуникативных (сфера «человек-человек») и некомуникативных профессий мы заметили, что в первых много реакций связано с общением, взаимодействием: учитель – добрый (2),

доброжелательный, культурный, любимый, суровый, терпение (4), строгость (3), наказ, тепло; продавец – (3), зазывала, хитрец, услужливый грубый (2), нервный (2), вежливый, честный, улыбка, улыбчивый, грубость (2), хитрость (2), злоба, нахальство, невежество, склока; менеджер – болтун (2), дипломат, жулик, манипулятор, пройдоха, пустоплет, коммуникабельный, хитрый, деликатность, деловитость, имидж, коммуникабельность, любезность, назойливость, напряг, распычивость, сервис, суета, реклама (13), мобильный телефон, телефон сотовый; официант – обманщик, услужливый (3), хитрый, улыбающийся, улыбка, вежливость (2), обслуживание (2), доброжелательность, легкость, любезность, осторожность, подхалимство, угодничество, услужливость; врач – добрый (6), доброжелательный (2), внимательный, заботливый, ответственный, равнодушный, циничный, помощь (4), доброта (2), надежда (2), уважение, усталость, тревога; медсестра – голубушка, душка, подруга больного, сама доброта, добрая (2), доброжелательная, ласковая, простоватая, раздраженная, помощь (6), доброта (2), забота, кротость, любовь, милосердие, равнодушие, тепло; юрист – говорун, дипломат, зануда, защитник, консультант, педант, помощник, профессионал, умник, немногословный, нахальный, флюгер, хитрый, юркий взгляд, справедливость (3), изворотливость (2), хитрость (2), компетентность, неопределенность, строгость. А в некоммуникативных профессиях: экономист – молчаливость, хмурый; инженер – молчун, многословный (как отрицательное качество?).

Данные проведенных экспериментов позволяют говорить о том, что в нашей национальной культуре существует представление о профессиональных корпорациях, выделяющихся целым набором критериев, основными из которых являются характеристики и внешний вид специалистов, орудия труда и под. Все профессии можно разделить на некоммуникативные и коммуникативные, в которых общение является одним из важных составляющих трудовой деятельности, влияющих на результат.

Стереотипное восприятие профессионала в современной России переживает стадию пересмотра, для которой характерно наличие нескольких сосуществующих образов. Особенно заметны изменения в коммуникативных профессиях, деятельность которых включает непосредственное общение с клиентами.

При восприятии внешнего вида основными параметрами являются форма, размер и цвет, последняя характеристика представляется нам особенно важной, поскольку наряду с основным значением несет дополнительную символическую нагрузку, о чем свидетельствуют многочисленные исследования (см. Горошко 2000, 2001; Иванов, Урванцев 1978; Измайлов 1995; Миронова 1993; Сафуанова 1994; Яньшин 1995 и др).

В нашем исследовании мы просили дать цветовую ассоциацию на стимул, обозначающий род деятельности. При проведении свободного ассоциативного эксперимента мы предлагали не два, а три столбика: стимул-

профессия, ассоциация, цвет. Поскольку цветовая ассоциация следовала не сразу после стимула, а отделялась одной реакцией можно предположить, что в какой-то степени она является реакцией как на основной стимул – профессию, так и на реакцию к ней. Однако мы считаем, что в данном случае это не ведет к большим искажениям, поскольку благодаря основному стимулу-профессии актуализируется заданная им область смыслов. В эксперименте участвовали 268 респондентов: 183 женщины и 85 мужчин, по возрасту мы выделили 4 группы: от 12 до 16 лет – 6 человек, от 17 до 25 лет – 102 человека, от 26 до 45 лет – 118, от 46 до 67 лет – 42.

В результате было получено 6164 реакций, наиболее частотными из которых были широко распространенные в природе (*зеленый, синий, голубой, белый*) и используемые в униформе (врач, медсестра – белый, военный – зеленый, официант – белый, черный и др.). На частотность цветов, несомненно повлиял и отбор профессий (например, зеленый попал в пятерку лидеров явно благодаря стимулу «*военный*»).

О том, что при цветовой ассоциации на род деятельности на первое место выступает зрительный образ, может свидетельствовать частотность цветов (белый, серый, черный как цвета униформы), в то время как по исследованиям, «наиболее распространенным и употребляемым цветом для русского языкового сознания является **красный** (встретилось в качестве реакции на 214 разных слов-стимулов по данным двух этапов АТ). Вторым по употребляемости является **белый** (встречается в качестве реакции на 208 разных слов-стимулов). Практически они равноправны в русском языковом сознании и, более того, связаны между собой, ибо когда в качестве слова-стимула выступает белый, то красный встречается в качестве реакции 7 раз. Уместно будет здесь вспомнить, что сочетание этих двух цветов именно как «бело-красное» весьма распространено в русской княжеской геральдике, в вышивках, росписях, национальных костюмах» (Н.В.Уфимцева 1996). Красный же, по нашим данным, находится на пятом месте, сразу же после основных цветов профессиональной униформы. Если учесть, что красный в одежде профессионалов практически не встречается и поэтому несет скорее символическое наполнение, то можно говорить о подтверждении того факта, что в русском языковом сознании красный и белый цвет являются основными.

При анализе полученных данных мы выделили профессии, которые имеют ярко выраженное преобладание одного или двух цветов: врач – белый (219); медсестра – белый (203); военный – зеленый (139); официант – белый (108), черный (29), черно-белый (18); в этом случае это цвет униформы, однако можно предположить и дополнительное символическое значение белого цвета как чистоты. Однако большинство профессий оказались разноцветными, особенно интересен цветовой расклад относительно новой профессии «менеджер», в определении которой (это подтвердили и полученные ассоциации) сосуществуют как минимум два значения: «управляющий, топ-менеджер» и «продавец».

Символичность отдельных цветов можно предположить при сравнении полученных реакций на разные стимулы в количественном соотношении, а также привлекая данные из других исследований вербальных ассоциаций на цвета.

Например, красный цвет связан с активностью и коммуникабельностью: депутат (65), менеджер (36), директор (34), начальник (31), юрист (34), однако при реакциях на стимул «водитель» (31), скорее всего, красный предполагается как один из сигналов светофора (ср. относительно высокое количество реакций желтого и зеленого цветов на этот же стимул). В литературе красный цвет традиционно определяется как «активный, горячий, смелый, сильный, уверенный» (Е.И. Горошко 2000).

Серый цвет (доп. *серенький, сероватый, серо-голубой, серо-зеленый, серо-коричневый, серо-синий, серый в полосочку, серятина*) символизирует будничность, обыденность, невзрачность, неприметность, но может означать и традиционный цвет костюма. Наиболее частотным является в реакциях на стимулы: подчиненный (85), чиновник (74), рабочий (72), инженер (66).

Повышенное внимание к корпоративной культуре организации, проявившееся в последние годы в России, не случайно: от сложившейся корпоративной культуры в наше время часто зависит судьба предприятия, поэтому очень важно изучение этого явления в рамках русской национальной культуры. Опыт исследований в данной области показывает, что вся работа по корректировке корпоративной культуры организации, начиная от диагностики и заканчивая моделированием и внедрением новых образцов, базируется именно на языковом сознании. Изменение только верхних уровней, как правило, приводит к кратковременному результату, который затем отторгается коллективом, как искусственный орган, вживляемый в организм.

Мы определяем корпоративную (организационную) культуру как набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации, и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий. Эти ценностные ориентации передаются членам организации через символические средства духовного и материального окружения организации. Мы ориентируемся на нематериальную, духовную культуру, к которой относятся нормы, правила, образцы, эталоны, модели поведения, законы, ценности, церемонии, ритуалы, символы, мифы, знания, идеи, обычаи, традиции, язык, в противовес материальной культуре, которая включает физические объекты, созданные человеческими руками, такие как орудие труда, машина, дом и т.д. Объекты нематериальной культуры существуют в нашем сознании и поддерживаются при общении, поэтому мы можем «проявить» их через речь человека.

Корпоративный язык как *язык, принятый в одной организации*, с одной стороны, зависит от корпоративной культуры конкретной организации, а с другой – сам влияет на нее. Корпоративный язык является как средством хранения и передачи мифов, традиций, правил в организации, так и одним из

важных объектов для диагностики сложившейся на предприятии корпоративной культуры, а также важным средством внедрения новой культуры или коррекции старой. Таким образом, корпоративная культура понимается нами как совокупность текстов, используемых в конкретной организации для выражения специальных смыслов.

Мы считаем, что корпоративная культура организации строится на общности сознания ее членов, которое позволяет однообразно потреблять информацию из окружающей среды, реагировать на изменение обстоятельств, иметь критерии оценки своей деятельности, прогнозирование действий окружающих людей, а следовательно, работать в одном ритме, как единое целое.

В реферируемой работе подробно описываются исследования, базирующиеся на ассоциативном эксперименте, методе незаконченных предложений и анализе некоторых наиболее ярких текстов, отражающих особенности складывающейся корпоративной культуры.

Из ассоциаций вырисовывается закрепленный в культуре портрет руководителя, который можно прочесть по выделенным в таблице словам, совпадающим во всех колонках. Особое внимание хочется обратить на высокую частотность повторения в качестве места работы руководителя ассоциации *кабинет* (61). В Русском ассоциативном словаре среди реакций на стимул **кабинет** можно увидеть следующие: *директора* (17), *врача* (10), *директор* (7), *врач* (5), *начальника* (5), *начальник* (2), *медсестры*, *стоматолога*, *учителя* (РАС: кн.5). Такая тесная взаимосвязь противостоит внедряемой на предприятиях «японской системе», когда руководители и подчиненные сидят в одном кабинете за отдельными столами.

В количественном выражении соотнесение групп представлено в следующей таблице:

Таблица 3.

Должность	всего	синонимы	антонимы	орудие	место труда	характеристики	абстракции	внешность	способ труда	результат	другое
Директор	271	25	1	41	108	28	17	35	12	0	2
Подчиненный	258	79	34	36	8	25	46	7	7	0	9
Начальник	264	35	17	36	69	23	27	29	17	2	4
Сотрудник	263	79	4	29	72	11	31	24	8	0	0
Управляющий	262	35	8	31	98	20	24	22	10	1	9
Рабочий	265	26	2	69	76	6	22	55	2	3	2

Ассоциативный эксперимент позволяет проследить и изменение значения слов. Так, у понятия «управляющий» можно выделить несколько дефиниций: во-первых, возродившееся значение «управляющий частным именем, хозяйством», что отражено в реакциях, характеризующих место

деятельности: *ресторан, фазенда, ферма, вилла, дом, отель, светский дом, хозяйство*. Это значение подкрепляется телевизионными сериалами о красивой жизни (особенно на это указывают реакции *фазенда, вилла, светский дом* и как реакция само слово *сериалы*). Во-вторых, новое устойчивое словосочетание: *управляющий банка (-ом)*, и в-третьих, «сельский житель, управляющий лошадьми», по сути извозчик.

В вертикальных взаимоотношениях (начальник – подчиненный) можно явно выделить активное, властное начало у руководителя и пассивное, зависимое у подчиненного, что соответствует разным гендерным ролям: традиционно в русской культуре за мужским типом поведения закреплено руководство, а за женским – кротость, повиновение. Сравним реакции на группы «руководитель» и «подчиненный». В первом случае прослеживается явное доминирование: **общее:** *руководитель, начальник, командир, власть, строгость, главный;* **директор:** *управляющий, босс, главарь, лидер, мужик, управление, ответственность, руководство, солидность, строгий, Голова, грозный, уважаемый человек;* **начальник:** *директор, шеф, узурпатор, указчик, подчинение, важность, жестокость, повелевание, руководство, уверенность, авторитетный, властный, могущий, важность, жестокость, повелевание, уверенность;* **управляющий:** *лидер, хозяин, активный, важный, деловой, деятельный, крутой, дело, недостижимость.* Во втором – слабость, зависимость: **общее:** *исполнитель труженник;* **сотрудник:** *подчиненный, девушка, женщина, лопух, рабочая сила, вежливый, добрый, подчинение, исполнительность, обслуживание, обязанности, пассив;* **подчиненный:** *мышь, раб, служащий, работник, работяга, «шестерка», бедняга, Ванька-дурак, заложник, козел отпущения, лох, мученик, наемник, негр, побегушка, разнорабочий, слуга, солдат, фишка, халдей, чмо, угнетенный, без прав, беззащитный, виноватый, на побегушках, напуганный, подневольный, послушный, преданный, пресмыкающийся, слабый, слабый человек, тихий, усталый, опущенная голова, полусогнутые, зависимость, покорность, бесправность, жалость, исполнительность, исполнение, кротость, наказание, настороженность, обязанность, обязанности, подхалимаж, подхалимство, подчинение, послушание, принуждение, рабство, слабость, смирение, смятение, страх, унижение, исполнительность;* **рабочий:** *трудолюбивый, бедняга, крепостной, подчиненный, раб божий, работяга, бедный, добросовестный, недовольный, усталость, трудно, трудолюбие*

Такое разделение, возможно, базируется «на социальных архетипах, представляющих собой остатки общинной культуры», которая, по словам К. Касьяновой, напоминает большую семью, «где большая часть населения находится на положении детей или младших членов семьи: они делают то, что им велят, - их за это хвалят или ругают в зависимости от того, насколько хорошо сделано порученное дело». Если вспомнить историю, то именно по такому принципу были построены и артели – основные трудовые коллективы у русских.

Среди ассоциаций можно выделить и указания на возраст. В нашей культуре принимается мысль о том, что старший по возрасту является мудрым, знающим, а следовательно, имеет больше прав на поучения, высокую должность; эта мысль закреплена в пословицах: «яйца курицу не учат», «молодо – зелено», «не лезь поперек батьки в пекло» и т.д. С другой стороны, долгое время проводилась мысль о больших возможностях для молодых: «молодым везде у нас дорога», которая в последнее время деформировалась в «танцуй, пока молодой, мальчик», то есть успевай все сделать вовремя. Указания на возраст также могут быть как прямыми (*молодой, пожилой*), так и косвенными (*лысина*). Мы выделили следующие слова-стимулы, в реакциях на которые есть указания на возраст: начальник – *лысина*; управляющий – *мальчик на побегушках*; сотрудник – *молодой*; рабочий – *пожилой*; менеджер – *молодой человек, молодой, молодость*; официант – *молодой человек, юноша, молодой*; учитель – *пожилой*; инженер – *молодой*.

Стереотипы восприятия помогают или мешают межкультурным коммуникациям, особенно это заметно в период изменения стереотипов под влиянием внешних факторов. Благодаря ассоциациям можно отметить изменение языкового сознания на примере понятия «сотрудник», у которого наряду с привычными реакциями *коллега (11), товарищ (6), друг (5), помощник (3), напарник, соратник, сослуживец, член трудового коллектива* появляются *конкурент (2), «друг-конкурент», «серые» и «белые» воротнички, партнер (2), чепист, соперник*.

Феномен изменения языкового сознания важен как показатель смены парадигмы (идеологии) межкультурных коммуникаций: если раньше окружающие сотрудники воспринимались в первую очередь как «товарищи», а типичными видами «работы» в некоторых организациях были перекуры и чаепитие, а исходя из этого были и особые взаимоотношения, построенные на «поглаживаниях», беседах о личном, то замена на понятие «конкурент» явно сигнализирует о появляющемся духе соперничества, характерном для западной культуры в целом, и не очень приветствуемом у русских.

В настоящее время образы представителей корпоративных культур противоречивы, поскольку отражают старое и новое сознание; они формируются под влиянием новых общественно-политических и производственных отношений, часто идущих вразрез с культурными стереотипами (общинность, соборность как черта русского человека и диктуемый новыми условиями индивидуализм, соперничество); языковое сознание включает элементы негативного восприятия «чужого»; наиболее частотными явились ассоциации по орудию и месту труда, а наиболее показательными – абстрактные восприятия и характеристики, оценочные ассоциации.

В работе описывается в качестве способа выявления особенностей русской организационной корпоративной культуры анализ текстов, в которых

можно проследить уже упомянутую выше символику и особенности поведения представителей разных культур.

Шестая глава «Образ профессионала, закрепленный в русской культуре (на примере врача, учителя, продавца и инженера)» содержит анализ полученных данных по выявлению стереотипного восприятия профессионала. Социальный стереотип фиксирует в себе некоторые, порой несущественные черты объекта, обладающие, однако, относительной устойчивостью. Стереотипизация служит одной из важнейших характеристик восприятия межгруппового и межличностного и отражает схематизированность, аффективную окрашенность, свойственную этой форме социальной перцепции. Особое место занимают профессиональные стереотипы, которые влияют на оценку другого человека. «Профессиональный стереотип – это персонифицированный образ профессии, то есть обобщенный образ типичного профессионала» (Куницына и др. 2001).

Следует сказать и о живучести этих стереотипов: даже не работая в каких-то сферах и не сталкиваясь с представителями профессий, мы, не задумываясь, говорим о «дисциплинированности военного, точности математика, строгости прокурора, сердечности медсестры», хотя при этом внутри каждой профессии есть самые совершенно разные люди, они объединяются, сливаются в образ типичного профессионала (Рогов 2000). Это подтверждают и наши исследования: при выявлении образа «идеального инженера» мы просили вспомнить высказывания, принадлежащие инженерам, во многих анкетах после заполненной первой части шли отказы от заполнения второй части, при этом причины отказов были следующие: *никогда не видел, я с ними не общалась* и под.

Изучением профессиональных стереотипов методом семантического анализа занимался В.Ф. Петренко. Согласно стереотипу, «психолог» - сложный, умный, интересный, организованный, гордый, принципиальный, остроумный. Таких качеств, как счастливый и организованный, у психологов нет (Петренко 1997).

Стереотипные характеристики представителей четырех профессий, закрепленных в русской культуре, мы пытались определить в ходе эксперимента, который был разделен нами на две части. Первая часть – основная – проходила в 1999-2000 году (качества продавцов) и в 2000-2001 году (качества врача, учителя, инженера). Вторая часть – контрольный срез – была проведена в 2002-2003 году и включала опрос респондентов о качествах психолога и о качествах продавцов. Мы выбрали профессию продавца для контрольного среза, поскольку именно в этой сфере происходит активное освоение новых моделей поведения.

Обобщенные образы в виде «портретов» представителей четырех коммуникативных и одной некоммуникативной профессии были выявлены с помощью анкетирования: опрашиваемых просили написать пять качеств,

которые, по мнению респондентов, должны быть у идеального врача, продавца, учителя, инженера, и пять качеств, которых у них не должно быть. Предлагая реципиентам не просто написать качества специалистов, но и поместить их в соответствующий столбик (т.е. таким образом оценить как положительные или отрицательные), мы хотели выявить существующую норму через образ идеального профессионала.

Этапы проведения исследования отражены в таблице:

Таблица 4.

№	Профессия	Год опроса	Количество респондентов	Всего качеств	Положительных	Отрицательных
1.	Врач	2000-2001	500	4828	2499	2329
2.	Инженер	2000-2001	500	3112	1703	1409
3.	Учитель	2000-2001	500	4420	2211	2209
4.	Психолог	2000	20	168	86	82
5.	Продавец	1999-2000	800	5259	2837	2422
6.	Продавец	2003	50	470	241	229
	Итого			18257	9577	8680

Все полученные положительные и отрицательные характеристики представлены в таблицах в обобщенном виде (в виде гнезд синонимов или близких по смыслу характеристик - отдельных слов и словосочетаний).

Обобщив полученные характеристики, мы условно разделили их на четыре группы:

- 1) компетентность, куда мы отнесли все, что касается профессионализма, опыта, образования и т.д.;
- 2) качества, влияющие на взаимодействие, важные для общения, которые воспринимаются собеседником во время диалога и влияют на его ход, часто можно подставить слова «по отношению ко мне»: *грубый по отношению ко мне*;
- 3) внутренние качества – это то, что, по мнению респондентов, является отличительной чертой представителя конкретной профессии, часто встречаются в паре «плохое - хорошее»: так, инженер должен быть новатором, решительным, целеустремленным и не должен быть слабым, лентяем, мямлей;
- 4) внешний вид включил качества, касающиеся непосредственно красоты и привлекательности, молодости и старости, но также и наличие вредных привычек (курящий, трезвый, наркозависимый и под.).

Эти качества можно рассматривать не только как индивидуальный желательный или нежелательный образ профессионала, но и как результат сформированного в сознании носителей русской культуры стереотип, который в какой-то степени объясняется при обращении к истории.

Из-за разницы в количестве обработанных анкет данные приводятся в процентном соотношении.

Таблица 5.

	Инженер		Учитель		Врач		Психолог	
	положи т. хар-ки	отрицат хар-ки						
компетентность	38%	24%	22%	11%	27%	18%	26%	10%
	31%		17%		23%		18%	
взаимодействие	11%	21%	65%	74%	55%	60%	56%	71%
	15%		68%		57%		63%	
внутренние качества	45%	45%	9%	8%	11%	14%	15%	18%
	46%		9%		12%		17%	
внешний вид	6%	10%	4%	7%	7%	8%	3%	1%
	8%		6%		8%		2%	

	Продавец 1999-2000г.		Продавец 2003 год	
	положи т. хар-ки	отрицат хар-ки	положи т. хар-ки	отрицат хар-ки
компетентность	13%	6%	21%	17%
	10%		19%	
взаимодействие	61%	66%	58%	61%
	62%		59%	
внутренние качества	9%	10%	2%	1%
	10%		2%	
внешний вид	17%	18%	19%	21%
	18%		20%	

Полученные характеристики показывают также разницу между коммуникативными (врач, учитель, продавец) и некоммуникативной профессией (инженер) в ожиданиях людей. В первом случае явно преобладают качества, связанные со взаимодействием, во втором - фокус внимания смещается на компетентность и качества, не влияющие на общение с профессионалом. Таким образом, коммуникативная компетентность становится критерием оценки уровня профессионализма у представителей профессий типа «человек-человек», причем одним из наиболее значимых для потребителей товаров и услуг. Это еще раз подчеркивает важность всестороннего изучения профессиональной коммуникации, в том числе и как разновидности межкультурного общения.

Можно отметить, что есть качества, присущие всем профессиям, взятым для эксперимента, чаще всего они образуют антонимические пары: *умный – глупый, образованный – необразованный, добрый – злой, вежливый – грубый*. На основании этих характеристик можно выявить качества, относящиеся в русской культуре к профессионалу, который должен быть: *умным, образованным, вежливым, опытным, профессиональным, общительным (коммуникабельным), внимательным, спокойным, терпеливым, трудолюбивым, любить людей и свою работу, уверенным, аккуратным; не*

должен быть: глупым, неопытным, некомпетентным, необразованным (неграмотным), непрофессиональным, грубым, злым, незаинтересованным, безответственным, ленивым, нервным, рассеянным, бездарным, не любить людей и свою работу, равнодушным, невнимательным, заносчивым, корыстным (взяточником).

Среди характеристик, встречающихся у представителей конкретной профессии, следует выделить следующие: **продавец** – услужливый, ненавязчивый, любезный, улыбчивый, неназойливый, учтивый, деликатный, предупредительный, энергичный, расторопный, шустрый, жизнерадостный, искренний, подвижный, приятный голос, со вкусом, благожелательный, бодрый, недокапчивый, прилежный, сексуальный, стильно одетый, уступчивый, наглый, назойливый, вульгарный, резкий, безучастный, заносчивый, надменный, небрежный, несимпатичный, привязчивый, придирчивый, визгливый, глухой, неучтивый, нечистоплотный, пренебрежительный, вор, дилетант, сварливый, сонный, безвкусный, безобразный; **учитель** – справедливый, объективный, мудрый, требовательный, выдержанный, сдержанный, интересный, рассудительный, эрудированный, беспристрастный, демократичный, начитанный, независимый, корректный, настойчивый, обязательный, принципиальный, развивающийся, собранный, умеющий объяснять, несправедливый, пристрастный, резкий, субъективный, черствый, злопамятный, пессимист, распущенный, самодур, злобный, консерватор, мелочный, недалекий, холодный, бесцеремонный, желчный, завистливый, подлый, мнимый, гордый, враг, истеричный, категоричный, конфликтный, постоянно уставший, презрительный, принципиальный, психованный, ретроград, разболтанный, самолюбивый, узколобый, упертый, язвительный; **врач** – чуткий, гуманный, милосердный, сочувствующий, деликатный, хладнокровный, хранит врачебную тайну, верный клятве Гиппократ, садист, брезгливый; **инженер** – новатор, генератор идей, точный, сообразительный, талантливый, исполнительный, расчетливый, усидчивый, целеустремленный, добросовестный, находчивый, логичный, новатор, фантазер, подвижный, работоспособный, старательный, абстрактное мышление, надежный, бесстрашный, амбициозный, аналитик, прогрессивный, скрупулезный, точный в расчетах, выносливый, изобретательный, дальновидный, молчаливый, осторожный, разборчивый, собранный, усердный, упорный, энергичный, пробивной, ограниченный, пассивный, легкомысленный, бездарный, боязливый, недоучка, бесцельный, карьерист, невыносливый, неряха, неуклюжий, простак, сноб, халявщик; **психолог** - интуитивный, располагающий, без своих проблем, обладать эмпатией, умеющий выполнять декларируемое, закомплексованный, меланхоличный, не умеющий держать себя в руках, депрессивный, комплексующий, озабоченный, понурый, человек, который впадает в депрессию, язвительный.

Выявление данных характеристик позволяет не только сформировать портрет идеального профессионала (что особенно важно для представителей коммуникативных профессий, ведь эффективность взаимодействия с клиентом зависит в том числе и от соответствия / несоответствия образцу, закрепленному в рамках национальной культуры), но и выявить качества, которые являются базовыми для конкретной профессии.

Глава седьмая посвящена моделированию профессионального общения.

Можно сказать, что главной задачей всех направлений нашего исследования было фиксирование бытующих выражений и определение культурно закрепившейся нормы, существование которой подтверждается повторяемостью некоторых стереотипных высказываний в разных экспериментах и опросах. Анализ данных картотеки показывает, что за представленный отрезок времени наибольшее изменение претерпели нормы речевого поведения продавцов: с 1977 по конец 80-х годов чаще всего контакт инициировал покупатель и продавцы отвечали односложно или вообще уклонялись от контакта. В наши дни все чаще начинают разговор продавцы, самые частотные фразы: *«Вам помочь?»* и *«Что вас интересует?»*. Резкая смена модели поведения продавцов привела к тому, что многие покупатели оценивают новую форму как назойливую, хотя не хотят возвращения к «советскому обслуживанию», которая, по словам респондентов, характеризуется полным безразличием продавцов. В других сферах такой резкой смены модели поведения не произошло. Картотека отразила возрождение давно забытой профессии «кондуктор» в общественном транспорте, а вместе с этим и становление норм речевого поведения этих специалистов. Подробное описание стереотипов речевого поведения кондукторов (а также водителей и контролеров) дает в своей статье А.А. Панова (1999).

Сопоставление запомнившихся выражений профессионалов (врачей, учителей, продавцов и инженеров), оцененных респондентами как положительные и отрицательные, показало, что есть определенные закономерности такого распределения. Так, респондентами положительно оцениваются высказывания, демонстрирующие активное слушание, заинтересованность, желание помочь, поддержку, вежливость (этикетные формы), а отрицательно – регуляторы поведения, отказ от контакта, упреки и угрозы. Следует оговориться, что большое влияние при межличностном общении оказывает невербальная коммуникация, которую в данном эксперименте мы не учитывали, но о ее значении можно судить по одинаковым высказываниям, приводимым как в качестве понравившихся, так и не понравившихся, попыткам выразить эмоциональную нагрузку с помощью знаков препинания (*!!! // ?! и др.*), а также по ремаркам в скобках: *доброжелательно, очень грубо, без пожалуйста, грубо*.

Интересные результаты были получены при «опознании выражений» вне контекста: на отдельном листке был предложен список из 25 высказываний

(целые и незаконченные предложения), рядом с которыми предлагалось написать профессию или род деятельности того, кому могли бы принадлежать эти слова. В опросе участвовал 341 респондент с разными социобиопсихологическими характеристиками.

Анализ полученных данных показывает, что:

- 1) при определении профессии говорящего вне контекста респонденты часто ориентируются на слова в самом высказывании как на подсказку: *Особенностью данной модели является...* - модельер (105), *В соответствии с законодательством...* - юрист (180), судья (77), адвокат (30);
- 2) есть профессионально маркированные высказывания, которые подавляющее большинство респондентов определили как принадлежность представителей определенной профессии: *Что я могу вам предложить?* – продавец (228); *Как вы себя чувствуете?* – врач (251), доктор (54), медсестра (11), терапевт (7); *Что будем заказывать?* – официант (300); *Запишите тему в тетради...* - учитель (256), преподаватель (42), педагог (18); *Я выпишу вам направление...* - врач (204), доктор (36), медсестра (33), терапевт (17); *В случае аварии вы получите...* - страховой агент (202);
- 3) можно предположить, что существующая норма поддерживается как однообразием выборов, так и тем, что иные реакции носят либо шуточный характер, либо отражают индивидуальное восприятие (немотивированное для большинства); например, высказывание *Как вы себя чувствуете?* – определили как принадлежащее медицинским работникам 334 респондента из 341: врач (251), доктор (54), медсестра (11), терапевт (7), анестезиолог, больница, зубной врач, медики(2), медицина, поликлиника, сиделка, фельдшер; иные реакции – гробовщик, друг, забота, инспектор ГАИ, подхалим, преподаватель, сосед-злопыхатель;

Моделирование профессионального общения базируется на стандартизации речи, выявлении определенных стереотипов, уже используемых в определенных сферах деятельности. Ссылаясь на И.И. Токарева (1997), Н.И. Смирнова (1999) трактует речевой стереотип как отражение в речи целого языкового коллектива типичного способа интерактивного поведения.

Стандартизация языка может иметь разные причины, чаще всего потребность в упорядочивании языковой системы проявляется именно в деловой сфере. Так, Т.А. Знаменская (2003) отмечает, что ввиду острой необходимости в стандартизации английского языка начиная с 70-х гг. как в Великобритании, так и в США был разработан ряд проектов по стандартизации языка в таких областях, как наука, финансы, индустрия, медицина, транспорт и госслужба. Тенденцию к стандартизации языка в профессиональных и международных сферах хорошо иллюстрируют примеры создания ряда

специализированных языков: Copspeak, языковые инструкции для полицейских; Airspeak, официальный язык авиадиспетчеров и пилотов; Seaspeak, международный морской английский.

При межличностном общении профессионала и клиента введение стандартов речевого поведения помогает предотвратить конфликты, связанные с некорректным, неожиданным для клиента поведением профессионала; освободить время, обычно затрачиваемое на подбор нужных слов для индивидуального подхода; к тому же сами стандарты, задавая определенную модель поведения, позволяют впоследствии специалистам творить новые речевые конструкции, снимают излишнее напряжение при взаимодействии и снижают риск возникновения «синдрома перегорания».

Для выявления социально одобряемых и социально порицаемых вариантов речевого поведения профессионалов мы использовали не только наблюдения за реальным речевым поведением людей (ручные, видео- и аудиозаписи), но и «метод воспоминаний». Эксперимент состоял из двух заданий: в первой части респондентам предлагалось написать пять качеств, которые, по мнению респондентов, должны быть у идеального врача, продавца, учителя, инженера, и пять качеств, которых у них не должно быть (результаты описаны в третьей главе), а во второй – запомнившиеся высказывания представителей этих профессий, причем также распределить их в две колонки: «понравилась» и «не понравилась».

Мы не исключаем сознательного моделирования фраз как бы принадлежащих специалистам определенной сферы деятельности и влияния на выбор того, что перед этим заданием в анкете стоял вопрос о качествах «идеального профессионала» (продавца, инженера, врача и учителя). На наш взгляд, это способствовало еще более четкому определению правильных и неправильных выражений, то есть выявлению сложившихся норм.

Этапы проведения исследования и количество полученных высказываний отражены в таблице:

Таблица 6.

Профессия	Год опроса	Количество респондентов	Понравилась высказывания		Не понравилась высказывания	
			всего	из них разные	всего	из них разные
Продавец	1999-2000	800	955	261	743	400
Врач	2000-2001	500	1081	650	982	753
Учитель	2000-2001	500	929	688	924	697
Инженер	2000-2001	500	90	90	100	100

Разница между общим количеством высказываний и оригинальными (неповторяющимися) показывает, что речь профессионалов запоминается или изменяется при запоминании в соответствии с вполне определенными моделями. Речевой стереотип, с одной стороны, облегчает понимание и запоминание информации, а с другой – является выразителем определенных

отношений между коммуникантами, поскольку содержит косвенные указания на социальные роли говорящих.

Можно отметить, что в задании вспомнить типичные высказывания профессионалов больше всего отказов было получено при характеристике инженеров, а повторяющиеся речевые конструкции чаще встретились в оценивании речи продавцов (из 955 не совпадают 261), и это может говорить о том, что продавцы уже выработали свои стереотипы. Самой разнообразной можно считать речь учителей.

В некоторых анкетах наряду или вместо высказываний были комментарии, также характеризующие речевое поведение профессионалов: у продавцов - *молчат (27)// вранье с умным видом// долгое молчание вместо ответа // кивают головой// кислая рожа// когда предлагают заведомо плохой товар// любая фраза с презрительной интонацией// мат// мертвое молчание// могут хвалить давно залежалый товар// недооценивающий, грубый тон и под.*

Подтверждением того, что высказывания профессионалов имеют этнокультурную специфику являются и результаты, полученные американской исследовательницей М. Миллз при сопоставлении речевого поведения учителей в российских и американских учебных учреждениях. Автор выделяет десять типов учительских инструкций по убыванию директивности и делает вывод, что не все типы инструкций были зафиксированы в рассматриваемых социумах обеих стран. Анализ стратегий воздействия, сравнительная частота их употребления в некоторых случаях сильно различается: императив употребляется в русской аудитории в 1,5 раза чаще; безличный запрет и вопрос ни разу не встретились в речи американских педагогов; зато в русской школе ни разу не встретилась констатация состояния; русские учителя в шесть раз чаще употребляют инклюзивные инструкции. М. Миллз считает, что подобный тип дискурса вообще является одним из специфических русских культурных стереотипов и имеет широкое употребление и за пределами классной аудитории.

В результате проведенных исследований среди носителей русской культуры мы отметили, что самыми частотными среди негативно оцененных высказываний являются отказ от контакта, дистанцирование, и это, на наш взгляд, также связано с национальными традициями, с приоритетом неофициальных отношений, ожиданием заботы и неформального, личностного отношения со стороны специалиста: *закройте дверь (36)// прием окончен (17)// закройте дверь с той стороны (10)// приходите завтра (10)// выйдите из кабинета (8)// вас много, а я одна (6)// вы не по адресу (6)// вход только по талонам (4)// вы обратились не по адресу (4)// мне некогда (4)// подождите за дверью! (4)// в регистратуру! (3)// вам не ко мне (3)// встаньте в очередь (3)// выйдите и подождите за дверью (3)// у нас перерыв (3)// вам не сюда (2) и под.*

Другоцентричность и оценочность русской культуры проявляется в частотности высказываний, содержащих характеристику клиента (*у вас нет*

вкуса (2)// вас очень стройнит эта блуза!// ваша нога не подходит этому сапогу// ваши запросы не соответствуют вашим возможностям// вы безобразно смотрите в этом свитере!// вы очень вредный клиент// другие как куколки в этом платье, а вам не идет!// здесь вещи не для вашего кармана// как по вам шито// откуда вы такой пьяный?// очень красивое платье, но не на вашу фигуру// тупица (10)// психи (4)// вы все тупые (3)// вы ничего не понимаете (3)// идиоты (3)// лентяй (3)// тупицы (3)// тупой, как валенок (3)// тупые бараны (3)// бездарь (2)// бездельник (2)// болван (2)// вы все тупицы (2)// даун (2)// неопрятный (2)// придурки! (2)// а что вы хотели в вашем возрасте?// безнадежный больной// здоровая, как лошадь// и откуда вы к нам приехали, такая больная?// из тебя песок сыплется: в гололед ходить за тобой можно// как вы располнели// какие вы непонятливые// куда вы, дамочка, рожать в 30 лет?// мозгов совсем нет?// на кого вы похожи! и под.) Иногда эта оценка дается как характеристика третьего лица (какая скандалистка// какой привередливый покупатель// лучше бы ноги вытирали, и нечего шастать днем по магазинам// молодая, а так кричит!// ну надо же, полчаса стояла и ничего не выбрала// покупатели нынче пошли все с претензиями// я не собираюсь сидеть с самыми тупыми (2)// дети - это безмозглые твари// до того глупый, что терпения нет// как они мне надоели!// как эти дети меня достали!!!!// мои ученики – дебилы// не класс, а бараны// неуправляемые дети// полный класс идиотов// ребенок среднего ума// сборище тупых баранов// его болезни - это его проблемы// как же она меня достала// никому не надо, а потом приходят// одни симулянты пошли// ходят все, больничный выпрашивают// ходят тут всякие// что за больные пошли и под.).

В целом оказалось, что отрицательно оцениваемые варианты речевого поведения профессионалов, несмотря на их многочисленность, сходны. Анализ позволил выделить как лингвистические, так и экстралингвистические средства, которые рассматриваются учеными как средства отрицательного эмоционального воздействия или выражения агрессии.

Особо хочется выделить высказывания, приписываемые инженерам, которые резко отличаются как по количеству (90 положительно оцениваемых и 100 отрицательно), так и по содержанию. К характерным для инженеров мы отнесли следующие высказывания: *не знаешь закон Ома - сиди дома// техника любит одного хозяина // точность - знак инженеров// не надо делить мир на физиков и лириков, это будет не в вашу (лириков) пользу // обществу нужны технари и экономисты, а не ... так, бог знает, чем занимающиеся// зато я знаю, как считать интегралы, и, между прочим, горжусь этим.* Отличительной чертой также является небрежное отношение к языку, употребление сниженной лексики, просторечных выражений: *да ну вас на фиг// е-мое, что же я сделал?// полная фигня// сейчас что-нибудь сляпаем// тута вам не здесь, а тама не тут!// я те врежу// я, так сказать... //эй, вы, трое, оба ко мне// тят-ляп и готово// почему мой ПК глючит?// корявость не в радость// к едрене фене.* В целом высказывания отражают так называемый

«мужской тип речи» с определенным юмором: *копать от забора до обеда// историю вершат пузатые и криволапые// жить надо припеваючи; потребностями: налей, а то уйду, нарочитой грубостью.*

Наряду с этими специфичными высказываниями можно отметить и типичные для чиновников: *приди попозже// придите в следующий раз// приходите завтра// я сказал две недели - значит две недели.*

В целом можно сказать, что корпоративные языки отражают языковое сознание объединения, творением которого они являются, будь то профессионалы какой-либо сферы деятельности или сотрудники отдельной организации, а потому могут использоваться для выявления «особого взгляда на мир». В то же время изучение корпоративных языков поможет избежать ситуаций от полного непонимания до иллюзии понимания при взаимодействии представителей разных корпораций.

В результате проведённых коррелирующих исследований были установлены некоторые индивидуальные особенности языковых личностей сотрудников ряда организаций. Предполагалось, что информация об особенностях языковой картины мира каждого сотрудника поможет найти общий язык и скорректировать психологический климат в организации в целом. Выявлено непосредственное влияние стереотипов речевого поведения, определенных при помощи анкет, на информационно-коммуникативное пространство фирм. Полученные высказывания позволили определить проблемные и конфликтные точки в общении, которые, как правило, отражены в высказываниях сотрудников, указывающих на тревожность. Эти высказывания мы выделили как «сферу тревог» - то, чего реципиент опасается, что вызывает отрицательные эмоции, противопоставив им «желательное состояние» - то, к чему работник стремится, что его удовлетворяет.

Как известно, любая культура, в том числе и корпоративная, определяет нормы поведения отдельного индивида и сообщества в целом. Эти нормы складываются постепенно под влиянием как внешних, так и внутренних факторов и могут со временем меняться, но в определенный временной отрезок объясняют поведение членов сообщества для внешних наблюдателей, оправдывают собственные действия представителей группы, а также выполняют функцию разделения на «свой/чужой».

Для примера сравним три организации, назовем их Первая, Вторая и Третья. Эти организации сопоставимы по типу производства, сбыта продукции и количеству сотрудников.

Возьмем как основной концепт РАБОТА и сравним его репрезентацию в этих организациях.

В Первой организации работа определяется через нужность, результат: *полезная работа // мой труд нужен, приносит пользу и доставляет радость // моя работа приносит должный результат // нужная // моя работа нужна фирме // моя работа привела к какому-либо резонансу // сделала хотя бы*

маленький успех // маленькое открытие // есть результат // знаю, что от этого будет польза людям // в итоге мир стал добрее // есть результат // это приносит пользу // виден результат.

Во Второй организации работа трактуется через боязнь ошибки и хорошее исполнение: *я стараюсь анализировать факты для принятия оптимального (правильного) решения, единственно верного // свести к минимуму количество ошибок, допускаемых в работе // точно выполнять свою работу // я четко выполняю требования // я вовремя и с максимальной долей безошибочности выполняю свою работу // четко и грамотно выполнять свою работу // выполнить работу качественно с сознанием дела // еще более качественно и внимательно работать // четче работать.*

В Третьей организации очень важным является фактор времени при выполнении работы: *работа выполнена быстро и грамотно // быстрее и качественнее выполняю свои обязанности // работа идет быстрее // нет потерь рабочего времени // сделала все быстро и с минимальными затратами // работа выполняется быстрее // все было сделано качественно, аккуратно и желательно в срок // работа выполняется качественно и в срок // выполняю требования правильно и своевременно // сделаю все своевременно и хорошо // главная цель теряется в куче мелочей, которые отнимают много времени.*

Полученные данные позволили также определить основные причины тревожности сотрудников в коммерческих организациях, которые распределились в процентном соотношении следующим образом: отношения, взаимодействие – 56%; неуверенность, отсутствие опыта, информации – 16%; организация работы – 10%; неэффективная работа – 8%; карьерный рост, дополнительное образование – 6%; личные проблемы – 4%. Подавляющее большинство причин тревожности связано с проблемами во внутренней и внешней коммуникации. Под внутренней коммуникацией мы понимаем взаимодействия внутри организации как по вертикали, так и по горизонтали, под внешней – взаимодействие с потребителями, поставщиками, СМИ и под. Следует сказать, что тревожность у руководителей и подчиненных выражается по-разному. Для руководителей наиболее частыми причинами тревожных состояний называются *перегруженность* (отсутствие свободного времени), неумение выстраивать отношения с подчиненными и лишь затем – особенности работы. Для подчиненных симптомами готовности к конфликту часто являются негативно оцениваемые отношения с руководством, некомпетентность руководства и непродуктивная работа коллектива в целом.

При рассмотрении сложившейся корпоративной культуры в организации, а особенно при ее целенаправленной корректировке, нельзя забывать, что во многом она обусловлена особенностями именно русской культуры (о чем говорилось выше) и закрепляется и передается выработанными знаковыми системами (символы, ритуалы и под.), главной из которых является язык. Поэтому мы считаем, что основным средством как диагностики, так и

сознательного формирования корпоративной культуры является язык в действии, то есть речь.

Несомненно, в одной работе невозможно охватить все аспекты профессионального межличностного общения. Проведенные исследования с позиций теории речевой деятельности позволили теоретически обосновать специфику клиентоориентированного речевого поведения в профессиональной сфере «человек-человек», ввести факторы, которые следует учитывать для эффективного межличностного общения (в первую очередь социально закрепленные ролевые предписания, определяющие прогнозирование поведения профессионалов). Учет специфики языкового сознания представителей разных корпоративных культур обосновывает понимание речевого взаимодействия между ними как межкультурной коммуникации. Одним из важных выводов является то, что моделирование профессионального общения на современном этапе невозможно без учета таких реалий, как общечеловеческие ценности, корпоративные культуры, этнокультурная специфика взаимодействия, социально закрепленные нормы.

Содержание диссертации отражено в следующих публикациях:

Монографии:

1. Харченко Е.В. Модели речевого поведения в профессиональном общении. Монография. - Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2003. – 335 с.
2. Харченко Е.В. Корпоративная культура и причины тревожных состояний // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности. / Под ред. Н.А. Купиной, М.Б. Хомякова. - Екатеринбург, 2003. - С. 493-508.
3. Харченко Е.В. Психолингвистический аспект межкультурных коммуникаций в корпорациях // «Свое» и «чужое»: межкультурные коммуникации в полипарадигмальном аспекте: Коллектив. моногр. / Под ред. Л.А. Шкатовой. – Челябинск: ЧелГУ, 2003. С. 129-185.
4. Харченко Е.В., Шкатова Л.А. Конфликт «свое - чужое» в прагмалингвистическом аспекте // «Свое» и «чужое»: межкультурные коммуникации в полипарадигмальном аспекте: Коллектив. моногр./ Под ред. Л.А. Шкатовой. – Челябинск: ЧелГУ, 2003. – С. 5-41.

Статьи и иные научные публикации

5. Харченко Е.В. Коммуникативный аспект формирования профессиональной личности // Русский литературный язык: грани и границы. Материалы Вторых Житниковских чтений.- Челябинск: Челяб. гос. ун-т., 1998. С. 85-87.
6. Харченко Е.В., Шкатова Л.А. Клиентурное речевое поведение: межкультурные аспекты // Языковое сознание: формирование и функционирование. Сб. статей.- М.,1998. – С. 219-223.
7. Харченко Е.В. Риторика в процессе подготовки профессионала // Риторика в современном образовании. Тезисы докладов 3-ей Международной конференции по риторике. – М.,1999. С. 68-70.
8. Харченко Е.В. Риторика профессиональных коммуникаций // Третьи Житниковские чтения: Динамический аспект лингвистических исследований. Материалы Всероссийской научной конференции. Челябинск, 21-23 апреля 1999 г.: В 2-х ч. /Отв. ред. Е.И. Голованова. – Ч. 1. – С. 268 – 271.

9. Харченко Е.В. Риторика как область прикладной лингвистики // Актуальные проблемы теоретической и прикладной лингвистики. Тезисы докладов Всероссийской научной конференции. - Челябинск, 1999. – С. 106.
10. Харченко Е.В. Комплимент и особенности его функционирования // Проблемы коммуникации и номинации в концепции общегуманитарного знания. Сборник научных трудов в честь Л.А. Шкатовой. – Челябинск, 1999. - С.177-182.
11. Харченко Е.В. Типология межкультурных коммуникаций // Актуальные проблемы сопоставительного языкознания и межкультурные коммуникации. Материалы межрегиональной конференции. – Уфа: Изд-во Башкирск. ун-та, 1999. – С. 213-215.
12. Харченко Е.В., Шкатова Л.А. Словарь профессионального этикета для продавцов // IV Житниковские чтения: Актуальные проблемы лексикографирования научных исследований: Материалы межвуз. науч. конф., Челябинск, 2000: В 2 ч. Ч 2. - С. 253-259.
13. Харченко Е.В. Языковое сознание профессионала // Языковое сознание: содержание и функционирование. XIII Международный симпозиум по психолингвистике и теории коммуникации. Тезисы докладов / Редактор Е.Ф. Тарасов. – М., 2000. - С. 261-262.
14. Харченко Е.В., Шкатова Л.А. Межкультурные коммуникации как термин социопсихолингвистики // Методология и методика формирования научных понятий у учащихся школ и студентов вузов. Тезисы докладов республиканской научно-практической конференции. Ч.1. – Челябинск: Издательство ЧГПУ, 2001. - С. 155-156.
15. Харченко Е.В. Языковое сознание профессионала как предмет психолингвистики // Языковое сознание и образ мира. Сборник статей / Отв. ред. Н.В. Уфимцева. – М., 2000. – С. 176-190.
16. Харченко Е.В. Языковое сознание и профессиональные риторика // Профессиональная риторика: проблемы и перспективы. Материалы пятой международной научной конференции по риторике. – Воронеж, 2001. – С. 49-50.
17. Харченко Е.В. Межличностное общение и межкультурные коммуникации // V Житниковские чтения: Межкультурные коммуникации в когнитивном аспекте: Материалы Всерос. науч. конф. – Челябинск: ЧелГУ, 2001. – С. 274-278.
18. Харченко Е.В. Профессиональные языки и корпоративные культуры // Социальные варианты языка: Материалы международной научной конференции. – Нижний Новгород: НГЛУ, 2002. – С. 235-238.
19. Харченко Е.В. Профессиональная речь: цели и пути изучения // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах. Тезисы Международной научно-практической конференции. – Челябинск, 2001. С.107-108.
20. Харченко Е.В. Модели вербального поведения в профессиональных областях // Изменяющийся языковой мир. Тезисы докладов международной научной конференции. – Пермь, 2001. - С. 130-131.
21. Харченко Е.В. Вербализация тревожных состояний (по данным эксперимента) // Лингвокультурологические проблемы толерантности: Тез. докл. Междунар. науч. конф. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2001. – С. 311-313.
22. Харченко Е.В. Деловое общение и профессиональные коммуникации // Житниковские чтения. Русский язык как государственный. Динамика и перспективы. Материалы Всероссийской научной конференции. - Челябинск, 2002. С. 70-71.
23. Харченко Е.В. Отражение в языке особенностей корпоративной культуры организации // Языковая картина мира и ее метафорическое моделирование. Всероссийская конференция «Язык. Система. Личность». Материалы докладов и сообщений. – Екатеринбург, 2002. С. 105-107.

24. Харченко Е.В., Шкатова Л.А. Межкультурные коммуникации – проблема XXI века // Межкультурные коммуникации: Сб. науч. тр. Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2002. – С. 5-9.
25. Харченко Е.В. Межкультурная коммуникация в профессиональных стратах // Межкультурная коммуникация. Материалы международной научно-практической конференции. – Омск, 2002. - С. 63-64.
26. Харченко Е.В. Корпоративный язык и межкультурные коммуникации // Русский язык: история и современность. Материалы Международной научно-практической конференции памяти профессора Г.А. Турбина. Часть 2. – Челябинск, 2002. - С. 201-203.
27. Харченко Е.В. «Портрет» профессионала как регулятор межличностного общения // Сопоставительная филология и полилингвизм. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Казань, 2002. - С. 309-310.
28. Харченко Е.В. Корпоративная культура и ее отражение в языковом сознании. Проблема внедрения изменений // Научно-практический бюллетень «Город: проблемы и перспективы», №2, июль 2002г. Челябинск: ЧГПУ, 2002. - С. 103-109
29. Харченко Е.В. Диагностика и способы влияния на базисный уровень корпоративной культуры // Региональная научно-практическая конференция «Промышленный PR – 2», город Челябинск, 2002 г. – С. 7-10.
30. Харченко Е.В. Информация и корпоративная культура // Проблемы формирования информационного пространства России. Материалы научно-практической конференции. - Челябинск: ЧелГУ, 2002. - С. 65-68.
31. Харченко Е.В. Восприятие образа профессионала в русской культуре // Проблемы социо- и психолингвистики: Сб. ст. / Отв. ред. Т.И. Ерофеева. – Пермь, 2003 – Вып. 2. – С. 23-30.
32. Харченко Е.В. Языковое сознание как отражение корпоративной культуры // Языковое сознание: устоявшееся и спорное. XIV Международный симпозиум по психолингвистике и теории коммуникации. Тезисы докладов / Редактор Е.Ф. Тарасов. – М., 2003. – С. 294-295.
33. Харченко Е.В. Варианты речевого поведения профессиональных коммуникаторов // Вопросы филологии № 1 (13), 2003. – Москва, 2003. С. 9-14.
34. Харченко Е.В. Моделирование речевого поведения профессионалов // Языки профессиональной коммуникации: Материалы международной научной конференции / Отв. ред. Е.И. Голованова. – Челябинск, 2003. – С. 451-454.
35. Харченко Е.В. Столкновение культур в рамках одной организации // Языковое сознание: Теоретические и прикладные аспекты. – М.: Институт языкознания РАН, 2004. - С. 268-286.
36. Харченко Е.В. Сбои в профессиональном общении: барьеры и конфликты // Социальные варианты языка-III: Материалы международной научной конференции. - Нижний Новгород: НГЛУ, 2004. - С. 340-343.

ХАРЧЕНКО Елена Владимировна

**МЕЖЛИЧНОСТНОЕ ОБЩЕНИЕ:
МОДЕЛИ ВЕРБАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ
В ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТРАТАХ**

Специальность 10.02.19 - теория языка

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
доктора филологических наук

Издательство Южно-Уральского государственного университета

ИД № 00200 от 28.09.1999. Подписано в печать 01.04.2004. Формат 60×84 1/16.
Печать трафаретная . Усл. печ. л. 2,86. Уч. изд. л. 3,2. Тираж 100 экз. Заказ 28.

Группа МЭНП Издательства. 454080, г. Челябинск, пр. им. В.И. Ленина, 76.