

влияющим на долгое/краткое произношение согласного звука, является ударение. Позиция перед ударным гласным и после него наиболее благоприятна для сохранения долготы согласного звука. Например, [кас:а], [кас:úr], [тón:а], [групп:а] (но: [групповód] и [групп:овód], [м'ил'ион'ёр]). Правда, встречаются случаи сокращения согласного звука и в этих позициях: [арт'ил'ёр'ија], [рос'úја], *семь* [клáсоф] *кончил*, [т'ил'епогра́мэ], Слабые же позиции с точки зрения долготы / краткости согласного звука – это главным образом позиция на конце слова и между безударными гласными, [тón] = тонн, [апарát], [акура́тно], [смолокúр'еный] *заво́д* и т. п.

2. На стыке морфем, особенно в тех случаях, когда согласный звук находится между гласными, один из которых ударный, долгота сохраняется намного чаще, чем внутри морфем: [с'езón'ик'и], [ц'угún'ик] = чугу́нник, [од:áт'], [д'ед:óm]. Следует отметить, что долгота согласного звука чаще сохраняется на стыке корня и суффикса, особенно в случаях с *-н-* [кón'ицэ], [звón'цэ], [б'етón:аја]. В подавляющем большинстве случаев в этой позиции произносились долгие согласные звуки.

3. В некоторых случаях, когда предлог и знаменательное слово образуют одно фонетическое слово на месте долгого звука произносится краткий, т. е. наблюдается стяжение согласных звуков (особенно [в], [ф]) [ва́л'енкэх] = в валенках, [вајну́] = в войну, [была́ фэзэб] = в ФЗО. Правда, таких примеров не очень много. Но думается, что случаи с произношением краткого согласного звука в этой позиции нельзя отнести к случайным.

После исследования долготы/краткости согласного звука на месте согласных в произношении жителей с. Веркола стало возможным сделать следующие выводы:

– в данном говоре имеется некая тенденция к сокращению долготы согласного звука, при этом такая тенденция наблюдается преимущественно внутри морфем.

– самыми сильными факторами, влияющими на долгое или краткое произношение согласного, являются:

1. положение сочетания согласных на стыке или внутри морфем;
2. позиция сочетания согласных по отношению к ударному гласному;
3. положение сочетания согласных рядом с другими согласными.

Возможно, такое положение дел объясняется тем, что в русском языке фонетические процессы по-разному протекают внутри корня и на стыке приставки и корня (корня и суффикса). Вероятно, некоторые процессы начинаются внутри морфем, а позднее они происходят и на их стыке.

Примечания

¹ Л. Л. Касаткин. Фонетика современного русского литературного языка. – М., 2003. Я. К. Грот. Заметки, о сущности некоторых звуков русского языка // Труды Я. К. Грота. II. Филологические разыскания: (1852-1892). – СПб., 1899. – С. 249-262. Л. Р. Зиндер. Общая фонетика. 2-е изд. М., 1979. – С. 125. О. С. Ахманова. Словарь лингвистических терминов. – М., 1966. – С. 174.

² В. И. Чернышев. Удлинение звуков *т* и *д* в русском языке // Чернышев В. И. Избранные труды: В 2 т. Т. 1. – М., 1970. – С. 177-178, 182-183.

³ Л. И. Жирков. Лингвистический словарь. 2-е изд. – М., 1946. – С. 35. М. А. Штудинер. Фонетическая характеристика сербского языка на фоне других славянских языков (судьба долгих согласных в сербском языке) // Сборник матице српске за славистику. – Београд, 1993. – С. 131.

Литература

1. Аванесов 1984 – П. И. Аванесов. Русское литературное произношение. 6-е изд. М., 1984.
2. Ахманова 1966 – О. С. Ахманова. Словарь лингвистических терминов. М., 1966.
3. Гловинская 1967 – М. Я. Гловинская. Фонологическая подсистема редких слов в современном русском литературном языке (на материале заимствований): Дис. ... канд. филол. наук. – М., 1967.
4. Грот 1899 – Я. К. Грот. Заметки, о сущности некоторых звуков русского языка // Труды Я. К. Грота. II. Филологические разыскания: (1852-1892). – СПб., 1899. – С. 249-262.
5. Еськова 1966 – Н. А. Еськова. О написании *нн* – *н* в полных формах страдательных причастий и соотносительных прилагательных // Вопросы культуры речи. М., 1966. – Вып. 7. – С. 122-135.
6. Жирков 1946 – Л. И. Жирков. Лингвистический словарь. 2-е изд. – М., 1946.
7. Зиндер 1979 – Л. Р. Зиндер. Общая фонетика. 2-е изд. – М., 1979.
8. Каленчук 1993 – М. Л. Каленчук. Орфоэпическая система современного русского литературного языка: Дис. ... докт. филол. наук. – М., 1993.
9. Касаткин 2003 – Л. Л. Касаткин. Фонетика современного русского литературного языка. – М., 2003.
10. Касаткин, Чой 2005 – Л. Л. Касаткин, М. Ч. Чой. Долгота/краткость согласного на месте сочетаний двух согласных букв в современном русском литературном языке. М.: 2005.
11. Чернышев 1970 – В. И. Чернышев. Удлинение звуков *т* и *д* в русском языке // Чернышев В. И. Избранные труды: В 2 т. Т. 1. – М., 1970. – С. 174-193
12. Штудинер 1993 – М. А. Штудинер. Фонетическая характеристика сербского языка на фоне других славянских языков (судьба долгих согласных в сербском языке) // Сборник матице српске за славистику. Београд, 1993.

Иссерс О. С.

КОММУНИКАТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ТИПЫ РЕЧЕВЫХ СТРАТЕГИЙ

В коммуникативной лингвистике стало общепризнанным представление о том, что общение определяется и управляется речевыми целями коммуникантов [1-3, 7, 8 и др.]. Это позволяет считать, что любая коммуникация «стратегична», поскольку мотивируется желанием говорящего достичь посредством своих речевых действий определенных социальных результатов. В соответствии с этим осуществляется отбор языковых средств, выбираются коммуникативные ходы и приемы речевого воздействия на партнера. Коммуникация стратегична также в силу того, что находится под давлением двух постоянно действующих факторов – эффективности и социальной приемлемости. Кроме того, стратегический характер коммуникации обусловлен тем, что в процессе общения происходит постоянный мониторинг эффективности принятого плана и его корректировка. В то же время утверждение стратегической сущности любого коммуникативного акта не означает, что говорящий рефлексировал по поводу всех без исключения речевых действий. Напротив, большинство задач решается неосознанно, большая часть коммуникативных правил не формулируется в явном виде и не усваивается путем обучения. Заметим, что стратегическая коммуникация отнюдь не предопределяет успешность речевых действий: признаки стратегии можно увидеть и в коммуникативных неудачах.

Более узкое понимание коммуникативных стратегий предполагает их применение только лишь в ситуации каких-либо коммуникативных проблем. Такой подход вряд ли правомерен: саму необходимость выбора пути для достижения цели в общении можно считать специфической коммуникативной проблемой.

Коммуникативная стратегия имеет вербальные и невербальные характеристики (выбор дистанции, зрительный контакт и др.). В задачи нашего исследования последние не входят. Нас интересуют собственно речевые стратегии – специфические способы речевого поведения, осуществляемые под контролем «глобального намерения», по терминологии Ван Дейка [4].

Понятие стратегии может быть рассмотрено как с когнитивной, так и с лингвистической точки зрения. Очевидно, что речевые стратегии имеют когнитивные измерения (например, планирование и контроль), но механизмы, посредством которых осуществляются эти ментальные процедуры, большей частью не имеют индикаторов «на поверхности речи» и, следовательно, недоступны для лингвистического анализа. В этом смысле наблюдаемыми являются лингвистические и интеракционные характеристики, по которым можно определить, как и какими средствами такие цели могут быть достигнуты.

Речевая стратегия определяет прагматический, семантический и стилистический выбор говорящего. Так, например, стратегия вежливости накладывает на говорящего определенные ограничения: какие речевые акты уместны, какое семантическое содержание следует выражать, а какое — нет; какое стилистическое оформление приемлемо.

Классификация речевых стратегий зависит от избранного основания. В зависимости от степени «глобальности» намерений речевые стратегии могут характеризовать конкретный разговор с конкретными целями (обратиться с просьбой, утешить и т. п.) и могут быть более общими, направленными на достижение более общих социальных целей (установление и поддержание статуса, проявление власти, подтверждение солидарности с группой и т. д.). В связи с этим уместно разграничивать **общие и частные стратегии**. Так, общая стратегия дискредитации (обычно — третьего лица, реже — слушающего) реализуется в частных стратегиях обвинения, оскорбления, насмешки. Исчерпывающая классификация частных стратегий представляется весьма затруднительной в силу многообразия самих коммуникативных ситуаций. Аналогом подобной классификации могут служить типологии речевых актов или речевых жанров [6]. Однако всегда найдется пример речевых действий (и не один), с трудом подводимый под какой-либо тип речевого акта либо речевого жанра. В конечном счете вопрос о таксономии речевых стратегий определяется тем, какие языковые корреляты будут обнаружены для их идентификации.

В предложенной нами таксономии речевых стратегий представлена их классификация на основе функции и выделены **основные (когнитивные) и вспомогательные стратегии** [5].

Основной считается стратегия, которая на данном этапе коммуникативного взаимодействия является наиболее значимой с точки зрения иерархии мотивов и целей. В большинстве случаев к основным стратегиям относятся те, которые непосредственно связаны с воздействием на адресата – его модель мира, систему ценностей, поведение.

Вспомогательные стратегии способствуют эффективной организации диалогового взаимодействия, оптимизации речевого воздействия. К ним относятся стратегия самопрезентации, статусные и ролевые стратегии, эмоционально настраивающие стратегии и другие. Рассмотренные типы могут быть объединены в один класс — **прагматических стратегий**.

В соответствии с задачами контроля за организацией диалога применяются **диалоговые стратегии**, которые используются для мониторинга темы, инициативы, степени понимания в процессе общения. Особый тип стратегических планов представляют **риторические стратегии**, в рамках которых используются различные приемы ораторского искусства и риторические техники эффективного воздействия на адресата.

Таким образом, к вспомогательным отнесены прагматические, диалоговые и риторические типы стратегий.

В настоящее время описание коммуникативных стратегий значительно расширилось, появились новые теоретические подходы к осмыслению феномена управления речевой коммуникацией со стороны говорящего. Современные исследования разных типов дискурса (юридического, рекламного, учебного и т. д.) позволяют предположить, что специфика коммуникативных задач в той или иной социальной сфере находит отражение в наборе и продуктивности коммуникативных стратегий и тактик, реализующих намерения адресантов. Это позволяет внести ряд корректив в предложенную ранее классификацию.

Цель настоящего исследования – дифференцировать разновидности основных стратегий в зависимости от их направленности на сознание говорящего. Речь может идти о воздействии на поведение, образ мыслей (представление ситуации) и шкалу ценностей говорящего. Кроме того, необходимо установить, в каких социальных сферах и в каких типах дискурса указанные стратегии наиболее продуктивны.

К числу речевых стимулов, **воздействующих на поведение**, можно отнести речевые тактики подчинения (просьба, приказ, уговоры), тактики совета, предостережения, угрозы и др. Особенностью этого типа коммуникации является ее иерархическая организация: говорящий имеет возможность выбрать слабые и сильные импульсы воздействия на партнера. Это позволяет построить коммуникативную стратегию в зависимости от ее эффективности по нарастающему принципу – например, от уговоров к приказу или от совета до угрозы. Область реализации «поведенческих» речевых стратегий весьма широка – от бытового до профессионального общения, включая обучение, общение врачей с пациентами и т. д.

Воздействие на представление ситуации (шире – картину мира) может быть обнаружено путем анализа фреймов. Поскольку в классическом – по М. Минскому – понимании фрейм есть сумма вопросов, типичных для той или иной ситуации, интерпретация (**рефреймирование**) может идти по нескольким направлениям: было или не было событие, что было, с кем было, где и как происходило событие, каковы перспективы (последствия) и т. д.

Рассмотрим в качестве примера новостной дискурс – информацию в СМИ о пищевых скандалах. Наблюдения над приемами когнитивного моделирования информации о пищевых происшествиях позволяет сделать ряд существенных выводов о специфике построения текстов подобного типа. Анализ нашего материала подтверждает известное из когнитивной теории положение о том, что люди действуют не столько в реальном мире и говорят не столько о нем, сколько о моделях явлений и ситуаций действительности. Знание структуры фрейма «пищевое происшествие» дает возможность представить любое из событий этого ряда как общий феномен и спрогнозировать, какие категории будут представлены, какие концепты будут использованы, чтобы связать темы дискурса. Например, в сообщениях о пищевых происшествиях, как правило, актуализируется топография происшествия (ответ на вопрос *где?*). С этой целью осуществляется детализация места происшествия (*Россия/заграница, конкретные страны либо фирмы-производители*); места приобретения пищи – источника заражения (оптовка или крупные торговые фирмы); места пребывания субъектов, реагирующих на происшествие: *«Импортное мясо и колбасу едят в основном жители городов-миллионеров. Глубинка налегает на отечественные продукты»*; *«у столичных домохозяек появилась новая фобия»*. Закрепление ассоциативной связи между местом производства пищи (производителем) и конкретным пищевым происшествием создают благоприятную почву для формирования негативного отношения к любым пищевым продуктам данного региона (производителя).

К числу речевых тактик, направленных на интерпретацию ситуации, можно отнести тактики редукции (упрощения) и усложнения (привнесения в ситуацию дополнительных компонентов). Особое значение подобные приемы имеют в политическом дискурсе и рекламе.

Воздействие на шкалу ценностей горящего осуществляется посредством речевых тактик обвинения и оправдания, упрека, издевки, дискредитации и др. К числу приемов, направленных на аксиологические представления адресата, можно отнести ссылку на авторитеты, апелляции «к отношениям», к снобизму, к «норме» и иные. Широкое поле для реализации подобных тактик представляет реклама, сфера юриспруденции, воспитания и образования.

Можно рассчитывать, что систематизация стратегий и тактик коммуникативного менеджмента даст импульс к новым эмпирическим исследованиям и позволит выявить их специфику с учетом разных типов дискурса.

Источники и литература

1. Баранов А. Н., Паршин П. Б. Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности как средство воздействия на сознание // 2. Роль языка в средствах массовой информации. – М., 1986. – С.100-142.
3. Блакар Р. М. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия. М., 1987. С.88-125.
4. Вайнрих Х. Лингвистика лжи // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М., 1987. – С.44-87.
5. Дейк Ван Т. А. Язык, познание, коммуникация. – М., 1989.
6. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – М., 2005. Изд.4-е.
7. Дементьев В. В. Изучение речевых жанров: Обзор работ в современной русистике. // Вопросы языкознания. – 1997. – № 1. – С.109-121.
8. Левин, Ю. И. О семиотике искажения истины // Информационные вопросы семиотики, лингвистики и авторского перевода. – М., 1974. Вып.4. – С.108-117.
9. Fowler, R. Language in the News: Discourse and Ideology in the Press. London – N-York, 1991.

Ищенко Н. Г.

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ СИНОНИМОВ СОВРЕМЕННОГО НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА

Словообразование с точки зрения стилистики еще недостаточно изучено и настоящая статья является вкладом в теоретическую дискуссию о проблемах стилистической значимости словообразовательных структур и словообразовательных конституэнтв в формировании и развитии стилистической значимости.

Объектом исследования являются стилистические словообразовательные синонимы.

Одним из основных понятий стилистики является стилистическое значение, которое реализуется в двух категориях:

- абсолютное системное стилистическое значение или стилистическая окраска, стилистическая маркировка, которым обладают языковые единицы в системе языка и которое существует в структуре языковой единицы наряду с лексическим, грамматическим и прагматическим значениями;
- контекстуальное стилистическое значение, которое приобретают языковые единицы в контексте, в коммуникативных ситуациях.

Характеризуя языковые единицы с позиции стилистической окрашенности, мы выделяем три вида окрашенности: стилистической, функциональной и функционально-стилистической.

Предметом исследования данной статьи является функциональная и функционально-стилистическая окрашенность словообразовательных синонимов.

Под функционально-стилистической окрашенностью понимается способность экспрессивных и эмоциональных фактов наслаиваться на функциональную окраску слова, дополнять его стилистическую характеристику, «вызывать представление», то есть социальный контекст о той или иной «среде», обстановке или обстоятельстве, где они употребляются часто: в разговорной речи, фамильярной, просторечной, научной, книжной [1, с. 175].

Некоторые словообразовательные средства служат для выражения оценочности, эмоционального усиления, выразительности, а также обладают важной особенностью, связанной с их употреблением в той или иной сфере, в том или ином функциональном стиле.

Нейтральные в эмоционально-экспрессивном отношении слова обычно относятся к общеупотребительной лексике. Эмоционально-экспрессивные слова распределяются между книжной, разговорной и просторечной лексикой.