

Необходимо заметить, что процесс ассимиляции немецких заимствований проходит по-разному. Некоторые заимствованные наименования проходят сложный путь в языке-реципиенте. Например, слово *Weltanschauung* ‘мировоззрение’ было переведено как *world-view*, но также употреблялось как *Weltanschauung*.

Типичным является поступательное вживание в английский язык. Немецкое слово может сначала существовать в первоначальном виде и лишь позднее становится калькой или полукалькой. Например, слово *Kriegsspiel*, ‘военная игра’ позже было переведено как *war game*.

Однако отдельные заимствования переводятся сразу: *Pechstein* – *pitchstone* ‘флюолит, смоляной камень’, *Meinheit* – *selfhood* ‘индивидуальность, личность’.

Иногда возникает несколько вариантов калек немецкого заимствования, например: *Übermensch* - *overman*, *superman*, *beyondman* ‘сверхчеловек’.

Таким образом, можно утверждать, что большая часть немецких слов оформилась в английском языке в переводной форме, т.е. в форме кальки. Калькирование ряда словосочетаний и сложных слов немецкого языка облегчалось за счет близкого родства языков.

А. Э. Иванов

СТРАТЕГИЯ СОЗДАНИЯ ПОЗИТИВНОЙ ТОНАЛЬНОСТИ ОБЩЕНИЯ В РАЗГОВОРНОМ ДИСКУРСЕ НА АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

В условиях повышенной конфликтности межличностной коммуникации в сегодняшнем мире исследователи, занимающиеся вопросами современного языкознания и, в частности, лингвопрагматики, все больше обращают внимание на поиск наиболее эффективных путей осуществления общения между коммуникантами в диалоге. В коммуникативной лингвистике принято выделять две базовые программы коммуникативного поведения – конфронтационную и бесконфликтную, которая зачастую называется кооперативной. В данном случае *конфликт* представляет собой деструктивный тип ведения коммуникации, при котором нарушаются основные принципы и правила (максимы) общения. В настоящем исследовании под *кооперативностью* понимается не только следование основным принципам и правилам коммуникации (принцип вежливости, принцип кооперации), но также достижение целей общения оптимальными, приемлемыми для обоих участников диалога средствами. Это значит, что в центре внимания находится не только результат общения и его восприятие партнерами по коммуникации, но и сам процесс общения и его характеристики.

Достижение целей общения с высокой степенью необходимости предполагает понимание таких понятий, как *коммуникативная стратегия* и *коммуникативная тактика*. В данном исследовании под *стратегией* понимается набор определенных, заранее запланированных говорящим теоретических

ходов, которые направлены на достижение коммуникативных целей, в то время как *тактика* представляет собой набор практических ходов, реализуемых в процессе речевого взаимодействия между говорящими. Кооперативные стратегии ориентированы на достижение целей коммуникации обоюдодоприемлемыми средствами, что в итоге детерминирует успешность общения в целом.

В разговорном дискурсе выделяется несколько кооперативных стратегий, а именно стратегии солидаризации, искренности, самопрезентации, разрешения конфликта и другие. Целью данного исследования является установления тактического репертуара кооперативной стратегии создания позитивной тональности общения, а также языковых средств ее реализации.

Материалом для исследования послужили разговорные диалоги, отобранные из британских и белорусских художественных фильмов – 150 диалогов на английском и 150 диалогов на русском языке. Кинематографический дискурс не случайно был выбран в качестве материала для анализа, так как позволяет исследовать как вербальные, так и невербальные средства; в то время как разговорная сфера общения предполагает более свободный выбор языковых средств в процессе речевого взаимодействия.

Стратегия создания позитивной тональности общения играет особую роль в осуществлении кооперативного общения, так как незначительные элементы данной стратегии можно обнаружить практически во всех исследуемых диалогах. Несмотря на это в своем непосредственном выражении, т.е. в том случае, когда стратегия создания позитивной тональности общения занимает одну из лидирующих позиций в диалоге, она была зарегистрирована в 10 % в диалогах на английском языке и 7,8 % в русскоязычном материале.

Целью же данной стратегии является создание особой доверительной атмосферы общения, коммуниканты стремятся вызвать положительные эмоции у адресата, установить доброжелательные отношения, содействующие как солидаризации, так и проявлению искренности. Это позволяет сделать вывод о том, что данная стратегия является необходимой составляющей кооперативной коммуникации, а, следовательно, набор тактик, ее конструирующих, является достаточно обширным. В данном случае целесообразным представляется рассмотрение лишь наиболее специфических тактик-репрезентантов стратегии создания позитивной тональности общения. Таковыми являются следующие тактики: шутки, выражения положительного эмоционального состояния, интимизации, комплимента, похвалы, благодарности и извинения. Рассмотрим более подробно наиболее частотные из них.

Как в англоязычном, так и в русскоязычном материале достаточно часто употребляется *тактика шуток*. Целью данной тактики является установление позитивного фона общения путем создания шутки или иронии по поводу, не оскорбляющему личности коммуникативного партнера. Актуализируются данная тактика различными стилистическими средствами, а именно языковой игрой, анекдотом, крылатой фразой и т.д. Зачастую ее употребление сопровождается различными невербальными сигналами, такими как смех, улыбка и др. Шутка и ирония также могут дополняться *тактикой*

выражения положительного эмоционального состояния.

Пример диалога на английском языке:

A: Milk's gone up. 49 p a pint. 'Цены на молоко снова выросли. 49 пенни за пинту'.

B: Good grief! We'll have to economize. I suppose we could always sell the car or take in paying guests! (Смеются). 'Боже мой! Нам придется экономить. Я полагаю, мы всегда сможем продать машину или сдавать комнаты'.

Пример диалога на русском языке:

A: Марина – просто балерина. Посмотри: спинка пряменько, голову держит. Ну-ка, давай выпрямись.

B: Ну, ты даешь, мама! Она с пяти лет танцами занимается, а ты меня в художественный уклон отдала. Вот она и ходит как струнка, а я рисую как кукрыниксы.

Еще одной рекуррентной тактикой является тактика комплимента, целью которой является сообщение о расположении говорящего к адресату и положительной оценке его внешности и качеств, присущих или приписываемых ему. В сравнении с тактикой похвалы (границы между данными тактиками могут быть весьма размыты) побудительная семантика играет гораздо меньшее значение, более важной является интенция сказать собеседнику нечто приятное, сблизиться с ним. Как в русском языке, так и в английском языке данная тактика зачастую выражается эпитетами с использованием различных интенсификаторов; коммуникативный тип предложения, как правило, представлен его восклицательной разновидностью. Также возможно употребление сравнительных оборотов, подчеркивающих субъективность эмоциональной оценки. В частности, примером тактики комплимента на английском языке может послужить следующее предложение: «*You were very steady, cool under pressure, but so creative. You could be a poet*» 'Ты был очень стабильным, спокойным, но креативным. Ты бы мог быть поэтом'. Примером данной тактики в русскоязычном материале является следующее высказывание: «*А невеста ты чудесная, не зря к тебе Селина как магнитом тянет*».

Тактика интимизации является универсальной кооперативной тактикой, так как может актуализировать не только стратегию создания позитивной тональности общения, но также и стратегии солидаризации и искренности, поскольку ее целью является сближение партнеров по коммуникации, создание особого коммуникативного пространства доверия, который по сути означает переход к более доверительному, «интимному» общению. Тактика интимизации, как правило, реализуется уменьшительно-ласкательными суффиксами в русском языке, а также различными вариациями имен в английском, зачастую используются прозвища.

В результате проведенного анализа было установлено, что в англоязычном разговорном дискурсе для реализации стратегии создания позитивной тональности общения чаще всего используются тактики шуток, комплимента и выражение положительного эмоционального состояния – 28 %, 24 % и 23 %, соответственно. Для русскоязычных разговорных диалогов более

характерными являются тактики шутки, комплимента и интимизации – 25 %, 25 % и 17 %, соответственно. В результате не было выявлено отличий в актуализации данной стратегии носителями английского и русского языков в исследуемом материале, за исключением более активного употребления тактики интимизации в русскоязычных диалогах, что может свидетельствовать об установлении более близких доверительных отношений между коммуникантами. В целом стратегия создания позитивной тональности общения способствует осуществлению кооперативной коммуникации как в английском, так и в русском языке.

О. В. Изотова, Е. А. Гиркина

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ОТКРОВЕННОСТИ В НИДЕРЛАНДСКОЙ И РУССКОЙ КОММУНИКАТИВНЫХ КУЛЬТУРАХ

В статье подвергаются анализу некоторые аспекты вербализации откровенности в русской и нидерландской коммуникативных культурах

Анализ специфики реализации откровенности в медийной коммуникации продемонстрировал разнообразный характер откровенности, что обусловлено рядом факторов, а именно, внешними условиями и внутренним состоянием говорящего, его готовностью к вербализации откровенности, степенью искренности и доверительности, а также целью конкретного дискурса. Степень откровенности может варьироваться от минимальной (*частичная откровенность*) до максимальной (*исповедальная откровенность*).

Нами были обозначены следующие культуроспецифичные аспекты вербализации откровенности в рамках интервью, относящихся к русской коммуникативной культуре:

1. Присутствие оправдательных реплик (по отношению к другим): *«Я долго думала, почему она меня так позорит при всех, потом поняла – это был ее дикий страх, что ребенка сглазят»* (В. Полозкова);

2. Присутствие эмотивной лексики: *«этот год был **худшим** в моей жизни»* (В. Полозкова);

3. Использование понятия *судьба*: *«Но в целом, я не знаю, честно говоря, как жизнь **выкрутит**»* (И. Охлобыстин);

4. Использование вставки *знаете* при описании события собеседнику: *«Ксения предельно вежлива. Опоздав, приносит цветы, подчеркнуто обращается ко мне на «вы» («Это, **знаете**, мое питерское воспитание!»)»* (К. Собчак), *«**Вы знаете**, я родилась в послевоенное время, и меня никто не баловал никакими елками или подарками»* (Л. Рубальская);

5. Эллиптические конструкции: *«Он впечатление хотел произвести. **И произвел**»* (Н. Самбурская);

6. Передача собеседнику суждения о собственной вине или невиновности: *«Я всегда заканчивала отношения сама и всегда чувствовала себя виноватой»* (К. Собчак).