

УДК 811.111'37

С.В. Мкртычян

КОНЦЕПТЫ *СВОЙ* – *ЧУЖОЙ* В АСПЕКТЕ СТИЛЕОБРАЗОВАНИЯ: РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Дается обоснование стилеобразующей функции концептуальной оппозиции *СВОЙ* – *ЧУЖОЙ* в модели управленческого коммуникативного стиля; описаны результаты экспериментального исследования, направленного на реконструкцию этих концептов в аспекте социально стратифицированного управленческого общения.

Ключевые слова: стилеобразующая функция, концепты *СВОЙ* – *ЧУЖОЙ*, управленческий коммуникативный стиль, эксперимент, социальная стратификация, коммуникативная субкультура.

Лингвистическое изучение категории стиля со времен античности имеет весьма длительную историю: от попыток определить субстанцию стиля в рамках языковых единиц до деятельностного применения языка, когда на первый план выходит *актуальность мотивировки отбора* вместо механичного анализа конечного, стилистически оформленного вида высказывания. При таком подходе стилистика должна вовлекать в поле своего интереса социально-психологические закономерности человеческого мышления и коммуникации. Полагаем, что стиль как «содержательный аспект речи» и выражаемый им смысл может адекватно трактоваться только с позиции общей теории речевой деятельности.

В задачи предлагаемой публикации входит описание результатов экспериментального исследования концептуальной оппозиции *СВОЙ* – *ЧУЖОЙ* в аспекте социально стратифицированного управленческого общения. Предварительно изложены основания в пользу признания стилеобразующей функции концептуальной оппозиции данного рода в модели управленческого коммуникативного стиля (далее – УКС).

Модель УКС, принципы моделирования, терминологический инструментарий представлены в нашей работе [14]. Здесь кратко определим исходные термины, релевантные целям и задачам данного исследования: УКС – типичная/типовая манера коммуникативной деятельности субъекта управленческого дискурса; концепт – полиструктурная модель значения слова, которая отражает ценностные социокультурные доминанты поведения человека (в том числе и коммуникативного), в частности, в сфере делового общения.

Исходным пунктом на пути поиска критериев «субстанции стиля» стала монография Т.Г. Винокур [1], в которой для определения стиля на первое место выдвигаются «реальные общественные взаимоотношения говорящего и слушающего», и работа А.А. Леонтьева [8], где в психолингвистической модели порождения высказывания в качестве детерминирующе-

го уровня рассматривается *взаимодействие* сотрудничающих личностей. Взаимоотношения говорящих можно моделировать посредством диспозиции Я – ДРУГОЙ, где ДРУГОЙ мыслится как СВОЙ – ЧУЖОЙ. В этом случае, безусловно, точкой отсчета выступает «идеологическая конструкция» Я, которая мыслится как «конечный неразложимый феномен, вторичное по отношению к структурам сознания явление, квазипредметное образование в смысле соотносимых с ним исходных структур сознания, элемент нашего обобщенно детерминистского описания, которое дает нам *предметы и содержание отсчета*» [9: 78. Курсив мой. – С.М.].

В модели УКС взаимоотношения говорящих можно соотнести с положением точки фиксирования концептуальной оппозиции (по всей амплитуде колебаний от «своего» к «чужому»), которое социально-психологически обусловлено установкой субъекта управленческого дискурса (руководителя) на восприятие объекта (подчиненного) (см. подробно: [14]).

Таким образом, целесообразное коммуникативное взаимодействие опирается на принятые в социуме ценности и обуславливается *установкой*. Вслед за Д.Н. Узнадзе, мы исходим из того, что в основе всякого действия, в том числе речевого, лежит установка. Под установкой понимается «некоторое общее состояние, которое касается не отдельных каких-нибудь органов субъекта, а деятельности его как целого» [20: 59]. Именно установка обеспечивает программу поведения субъекта, соответствующую его потребностям.

Генеральная установка субъекта общения на воздействие, которая характеризует УКС в целом, есть прежде всего осознание им объекта как СВОЕГО – ЧУЖОГО. По И.М. Сеченову, «первоначальная причина всякого поступка лежит всегда во внешнем чувственном возбуждении [19: 95]. Чувственное возбуждение имеет субъективный характер, поскольку «системные ощущения у здорового человека всегда очень темны, неопределенны и нерасчленимы, то дело редко доходит до различения в субъективном придатке составных частей» [Ор. cit.: 318]. Для него в человеческой речи не оказывается частных обозначений «и он прикрывается уже у ребенка родовым знаком я» [Ор. cit.: 319]. «Конечному неразложимому феномену» (по М.К. Мамардашвили) Я противопоставляется грань СВОЕГО – ЧУЖОГО именно через Я.

Взаимодействие со СВОИМ – ЧУЖИМ, принимая рекуррентный характер, рефлексивно формирует у субъекта управленческого дискурса определенную «фиксированную установку». В этом смысле объект представляется в значительной степени идеализированным («стерильным собеседником»). При этом ситуативные воздействия не игнорируются, поскольку, по Д.Н. Узнадзе, «одна и та же фиксированная установка может лежать в основе одинакового переживания ряда различных, но близко стоящих друг от друга объективных содержаний. Установка в этом случае обуславливает *идентификацию* в переживаниях ряда сравнительно незначительно различных ситуаций» [20: 34].

Для возникновения установки достаточно двух условий: наличия актуальной потребности и ситуации их удовлетворения. Потребность «можно квалифицировать как всякое состояние психофизического организма, который, нуждаясь в изменениях окружающей среды, дает импульсы к необходимой для этой цели активности» [Op. cit.: 43]. По этой причине установка «не относится к категории врожденных, раз и навсегда данных сущностей, потому что как понятие потребности, так и среды относятся к группе явлений, зависимых от постоянно меняющихся условий существования организма» [Op. cit.: 203]. Возникновение установки происходит под воздействием не только отрезка актуальной действительности, но и «идейного содержания». «Ничто не мешает нам считать, что достаточно воздействия хотя бы только идеи на субъекта, чтобы в нем, в соответствующих условиях, проявилась соответствующая установка» [Op. cit.: 398]. Концептуальная оппозиция СВОЙ – ЧУЖОЙ, как любая концептуальная система, опирается на принятые ценностные ориентиры. Вероятно, в отношении фиксированных установок, касающихся социального взаимодействия, можно признать комплексный характер причин их возникновения.

Два уровня психической жизни – уровень установки и уровень объективации – можно соотнести с *фиксированием* концептуальной оппозиции в точке, имеющим характер уровня установки, и с *амплификацией* точки фиксирования концептуальной оппозиции, соотносимой с уровнем объективации в конкретной ситуации.

Согласование модели УКС с учением об установке Д.Н. Узнадзе представляется закономерным в силу того, что «у каждого выработаны свои особые фиксированные установки, которые так или иначе, с большей или меньшей очевидностью проявляются и становятся *основой готовности к деятельности* в соответствующих условиях и в определенном направлении» [Op. cit.: 356. Курсив мой. – С.М.].

Изложенное выше логично дополняет понимание стиля как «коннотативного аспекта строения языковой системы» [17: 16], что направляет вектор исследовательского внимания не на изучение перечня стилистически маркированных языковых средств, а на понимание «закономерностей строения коннотативной *системы языка*» в аспекте когнитивной науки и «выявление закономерностей формирования коннотативного аспекта *дискурса*» [Op. cit.: 19. Курсив мой. – С.М.] в аспекте психолингвистики.

Здесь следует сделать несколько существенных замечаний по поводу коннотативного аспекта строения языковой системы. Вопрос о структуре коннотации слова подробно изложен в монографии Е.Ю. Мягковой [15]. Полагаем, что выводы, касающиеся структуры коннотации, могут быть экстраполированы на языковые единицы и категории более высокого порядка (имеется в виду категория стиля).

Во-первых, существен тезис о нерасчлененности, диффузности денотата (предметно-логического значения) и коннотата (разнообразных эмоциональных, экспрессивных, оценочных, образных, стилистических, субъек-

тивных и других моментов, накладывающихся на предметно-логическое значение) [Op. cit.: 18–19]. Продолжая размышление в этом направлении, В.А. Миловидов в статье [11] высказывает справедливое мнение о том, что «субъективное отношение уже оказывается включенным в означаемое, а потому коннотация фактически растворяется в денотации», поэтому в рамках подхода, который трактует язык «не как объект, а как феномен, где изучается не текст (словарь и грамматика), а реальная коммуникация как пятичленная структура "продуцент – его проекция текста – тело текста – реципиент – его проекция текста"», о которой пишет А.А. Залевская в [5], «проблема коннотации просто снимается» [11: 81]. Между тем, при широком понимании коннотации (как любой окраски языковой единицы, в том числе контекстуального характера) нерасчлененность денотата и коннотата скорее проблему усложняет и применительно к ситуациям реальной коммуникации наводит на мысль о существовании явных либо стертых коннотативных векторов, которые следует рассматривать скорее в системе координат более/менее, нежели наличие/отсутствие.

Во-вторых, важным является вопрос о соотношении стилистического значения со структурой коннотации, который в науке решается неоднозначно: стилистическое значение является составляющей коннотации (И.В. Арнольд, А.В. Бондарко, С.Д. Кацнельсон, И.А. Стернин, В.Н. Телия и др.), все виды коннотации являются стилистическими [7: 34], стилистические характеристики слова признаются исключительно функциональными и выносятся за пределы коннотации (Л.М. Васильев, Е.Ю. Мягкова). С позиции стилистических воззрений Т.Г. Винокур (*об отношении к высказыванию, опосредованному взаимоотношением участников коммуникации, как стилистическом стержне*) и с позиции определения эмоциональной нагрузки слова, сформулированного Е.Ю. Мягковой, как различных проявлений *отношения* субъекта к тому, что называет воспринимаемое и используемое им слово [15: 11], стилистическое значение рассматривается как *синтез* функциональной прикрепленности и эмоциональной нагрузки (по Е.Ю. Мягковой), которые являются неотъемлемыми составляющими структуры значения элемента языка.

Опосредованность стилистического выбора характером отношений между субъектом и объектом управленческого дискурса (руководитель – подчиненный) является основным аргументом в пользу соотношения отношений подобного рода с концептуальной оппозицией «СВОЙ» – «ЧУЖОЙ», позволяющей детализировать фазу создания образа результата действия в известных моделях речемыслительного процесса применительно к управленческому дискурсу (см. подробно: [14]). Такой ракурс дает возможность уделить внимание не «объектам и структурам», а «процессам и процедурам» (о критике отечественной версии когнитивной лингвистики, сосредоточенной, по мнению автора, на «объектах и структурах», см. статью А.Г. Сониной [18: 133]).

Перейдем к описанию экспериментального исследования концептуальной оппозиции СВОЙ – ЧУЖОЙ. Рабочая гипотеза исследования заключается в следующих предположениях.

- Концептуальная оппозиция СВОЙ – ЧУЖОЙ персонифицируется и, в частности, отождествляется с оппозицией непосредственных участников управленческого дискурса РУКОВОДИТЕЛЬ – ПОДЧИНЕННЫЙ, а слова «руководитель», «подчиненный» приобретают статус значимых для модели УКС концептов, соотносимых с концептами СВОЙ – ЧУЖОЙ.

- В речевом обиходе слова РУКОВОДИТЕЛЬ – ПОДЧИНЕННЫЙ увязываются не с денотативным значением, представленным в словарях, а с актуальными «переживаниями», формирующими «поле представлений и оценок» [6: 176], обладающих личностно и социально стратифицированной окраской, что отражается в ассоциативно-вербальной сети.

В качестве экспериментальных процедур использовался свободный и направленный ассоциативные эксперименты.

В экспериментах принимало участие около 1150 человек в возрасте от 25 до 55 лет, являющихся представителями трех социальных сфер: военной (офицеры Военной академии воздушно-космической обороны им. Маршала Г.К. Жукова), бюджетной (сотрудники Регистрационной палаты Тверской области, государственной таможни, фонда имущества областной Администрации тверской области, гражданский преподавательский состав кафедры русского языка ВА ВКО) и коммерческой (сотрудники Центра Правовой Информации «Консультант», ЗАО «Диэлектрические кабельные системы», Тверского издательского дома «Глаголь», топливно-энергетической компании «Тверьрегионторф», юридической фирмы «РЭС», ООО «Диконт-Медиа. Тверь», саморегулируемой организации арбитражных управляющих «Континент», туристического агентства «Мир», ООО «Тверской экономико-правовой центр»).

При анализе результатов проведенных экспериментов мы исходили из следующих положений: «концепт социален, его ассоциативное поле обуславливает его прагматику» [10: 47]; «стимул и ассоциат – единая смысловая единица, порожденная актуальностью мотива, где ассоциат выражает коммуникативное намерение говорящего (испытуемого)» [16: 124]; «вербальные ассоциации отражают прежде всего ассоциативные связи лексических единиц. Они лишь указывают на лексическую единицу, как-то соотносимую с содержанием образа сознания» [Op. cit.: 64]. Ассоциативно-вербальная сеть является аналогом языковой способности, но не аналогом фрагмента сознания. Мы не склонны связывать отношение «стимул – реакция» напрямую с содержанием реакции, поскольку в этом случае деятельностное отношение огрубляется. «Надо исследовать характер действий и операций, проявляющихся в отношениях “стимул – реакция”, а не считать конечным пунктом исследования приписывание этому отношению определенного "содержания"» [Op. cit.: 157]; включенность слова в некий позна-

вательный процесс, который является одновременно и перцептивным, и когнитивным, и аффективным, и вербальным, и невербальным, требует интегративного подхода к его изучению.

На первом этапе был проведен направленный ассоциативный эксперимент, в котором принимало участие около 90 человек (по 30 из каждой группы). Испытуемым (далее – Ии.) было предложено ответить на вопросы: «Кто для Вас в деловом общении СВОЙ?», «Кто для Вас в деловом общении ЧУЖОЙ?». Варианты ответов представлены в табл. 1.

Таблица 1. Персонификация СВОЕГО – ЧУЖОГО в деловом общении

	Социальная группа		
	Военнослужащие	Представители бюджетной сферы	Представители коммерческой сферы
Кто для Вас в деловом общении СВОЙ?	<i>товарищ 12, друг 10, свой парень 4, корешок, однокашник, работник столовой, кладовщик, если начальник человек, то он свой, с кем можно поговорить «без погон»</i>	<i>друг 9, приятель, коллега, сотрудники нашего отдела, хороший человек, надежный человек, благодарные клиенты, с кем легко, кто тебя понимает и др.</i>	<i>друг 8, маркетолог, клиент, нормальный человек, партнер, адекватный человек, кто не только за себя, кто знает свое дело, наши клиенты, креативный директор, наш руководитель и др.</i>
Кто для Вас в деловом общении ЧУЖОЙ?	<i>враг 11, начальник, начальник-самодур, противник 5, стукач 4, тормоз, алкоголик, шкурник, сачек, халавцик, недруг, ворюга, хапуга</i>	<i>враг 7, начальник 6, надоедливые посетители, начальник нашего отдела, белая ворона, кто раздражает, тупица, карьерист, посетитель, клиент, зануда, сноб, высокомерный человек, который везде лезет, кто идет по головам</i>	<i>враг 6, директор по развитию 3, скандальный клиент, клиенты, конкуренты, бухгалтер, лох, кидало, хам, кто плюет на коллектив, кто против всех, финансовый отдел, кто постоянно хнычет, кто грузит «безвыходными» проблемами, «краб», который тянет ко дну</i>

Результаты эксперимента позволяют убедиться в наличии эксплицитированной оценочности оппозиции СВОЙ – ЧУЖОЙ. Представители всех социальных сфер СВОИМ – ЧУЖИМ называют друга (товарища) / врага, противника, человека определенного свойства (свой парень, надежный человек, хороший человек, который хорошо знает дело, если начальник человек, то он свой / халавцик, недруг, ворюга, хапуга, высокомерный человек, тупица, хам), человека определенной должности (кладовщик, работник столовой, маркетолог, креативный директор / директор по развитию, бухгалтер), конкретного человека (сотрудники нашего отдела, наш РУКОВОДИТЕЛЬ / начальник нашего отдела), руководителя.

Любопытно, что РУКОВОДИТЕЛЬ мыслится то как СВОЙ – 2 ассоциата (*если начальник человек, то он свой, наш руководитель*), то как ЧУЖОЙ – 9 ассоциатов (*начальник*). Представители бюджетной сферы чаще видят в руководителе ЧУЖОГО (7 ассоциатов).

На втором этапе этим же Ии. было предложено оценить СВОЕГО и ЧУЖОГО («+» – «положительно», «-» – «отрицательно», «0» – «нейтрально»). Существенно отметить, что оценка «нейтрально» взята для маркирования стертой оценочности. Результаты представлены в табл. 2.

Таблица 2. Экспликация испытуемыми оценочного компонента концептов СВОЙ – ЧУЖОЙ

Концепты	Социальная группа								
	Военнослужащие			Представители бюджетной сферы			Представители коммерческой сферы		
	оценка в %								
	+	-	0	+	-	0	+	-	0
СВОЙ	100%			95%		5%	92%		8%
ЧУЖОЙ		98%	2%		90%	10%		63%	37%

Результаты эксперимента показывают, что оценочный компонент оппозиции СВОЙ – ЧУЖОЙ осознанно эксплицируется носителями языка. Помимо этого, наблюдается «топография» концептов (термин С.Г. Воркачева): большая оценочность зафиксирована в ответах военнослужащих, меньшая – в ответах представителей коммерческой сферы. СВОЙ чаще однозначно оценивается всеми Ии., чем ЧУЖОЙ. СВОЙ по смыслу тяготеет к «хороший», а ЧУЖОЙ мыслится в подавляющем большинстве как «плохой». Заметим, что эти наблюдения расходятся со словарными толкованиями лексем «свой» и «чужой» в лексикографических источниках [13].

На третьем этапе был проведен свободный ассоциативный эксперимент, в котором принимало участие примерно по 40 человек из каждой социальной группы. Ии. получили задание зафиксировать свои ассоциаты на стимулы РУКОВОДИТЕЛЬ, ПОДЧИНЕННЫЙ. Результаты представлены в табл. 3, 4.

При интерпретации результатов эксперимента мы опирались на следующий тезис А.А. Залевской: «идентификация исходного слова в условиях свободного ассоциативного эксперимента, как и идентификация первого слова нового сообщения в условиях коммуникации (при отсутствии контекста и ситуации), представляет собой актуализацию наиболее вероятного для данного испытуемого (или слушателя) соответствия между предъявляемой ему словоформой и одной из единиц глубинного лексикона. <...> в ассоциативном эксперименте, как и в реальной ситуации общения, находит свое отражение не только вероятностная оценка, складывающаяся на основании всего предшествующего речевого опыта индивида, но и наиболее яркие и близкие во времени впечатления и ситуации, направляющие про-

цесс актуализации связи между формой и значением слова по тому или иному пути» [3: 11].

Таблица 3. Ассоциаты на стимул РУКОВОДИТЕЛЬ

Социальная группа		
Военнослужащие	Представители бюджетной сферы	Представители коммерческой сферы
<i>крик, грозный, вечно недовольный, толстое брюхо, аккуратность, лоск, представительность, требовательность, строгость 12, справедливость 3, хорошее здоровье, уставной хам, серьезный 5, властное поведение, можно все, твердый, хозяин своего слова, специалист, лидер, спорт, подтянутость 7, опрятность 8, крупные звезды, красная дорожка, командный голос и др.</i>	<i>такт, интересная внешность, опыт, организованность, очки, деловой костюм, папка с бумагами, разговор по телефону, строгий взгляд, вечно занят, бумаги, указка, бумажки, банк, шум, собрание, уверенность, стакан воды, конфеты - коньяки, компьютер, внимательные глаза и др.</i>	<i>собранность, рациональность, организованность, сам, запах кофе, возраст от 35 до 45, современность, импозантность, дорогой автомобиль, костюм, свежесвыбрит, оптимизм, кожаное кресло, «Parker», розовая помада, хорошая прическа и др.</i>

В.А. Пищальникова обращает внимание на то, что «в эмоционально-оценочном компоненте наиболее отчетливо проявляется культурно специфичное знание / представление / мнение, по его "удельному весу" в структуре модели концепта можно предполагать психологическую актуальность того или иного компонента концепта для индивида / этноса» [16: 157]. Такая модель концепта позволяет подойти к проблеме сознания как к процессу смыслопорождения, зафиксированному в паре «стимул – реакция», поскольку эмоционально-оценочный компонент выражает потребности – значение, которое индивид придает в своей жизнедеятельности данному социально значимому знанию и согласно которому он строит свое поведение (в том числе речевое).

Ассоциативно-вербальная сеть не может зеркально отражать образ сознания. Ассоциаты к стимулам РУКОВОДИТЕЛЬ и ПОДЧИНЕННЫЙ дают нам в первом приближении представление о социальном потребностно ориентированном «слое» этих концептов.

Ассоциаты можно условно разделить на две группы: те, которые связаны с взаимоотношениями РУКОВОДИТЕЛЬ / ПОДЧИНЕННЫЙ (*стук кулаком по столу, прогибчивость*) и, соответственно те, которые с ними не связаны (*крупные звезды, очки, папка с бумагами*). Первая группа неоднородна, в нее мы условно включили: а) ассоциаты, непосредственно касающиеся данного рода отношений (*лидер, отец родной, требовательность, разносы, властное поведение, уставной хам*); б) косвенные ассоциаты, обладающие позитивной / негативной коннотацией и фиксирующие отноше-

ние к самому субъекту, поименованному лексемой-стимулом (*собранность, организованность, опрятность*).

Таблица 4. Ассоциаты на стимул ПОДЧИНЕННЫЙ

Социальная группа		
Военнослужащие	Представители бюджетной сферы	Представители коммерческой сферы
<i>исполнительность, дисциплинированность, аккуратность, Устав, легкая придурковатость, подтянутость, опрятность, фуражка, храбрость, преданность, субординация, показывать, что ты глупее начальника, ишак, спорт, громкий голос, работа, хорошее здоровье, сачек, груша для битья, форма, прогибанье, немногословие, куда-то спешит, озабоченность, слуга, одет в х/б, терпение, прогибчивость и др.</i>	<i>дисциплинированность, отчет, аккуратность, глаза и уши, премия, пленник по доброй воле, документы, факс, компьютер, пунктуальность, ум, компетентность, сдержанность, конфликт с посетителями, оголенные нервы, очереди на прием, запарка, некогда поест, скорей домой, низкая зарплата, облупленный потолок в кабинете, каждый за себя, винтик-болтик, потухший взгляд, карьеризм, профессионализм, польза людям</i>	<i>улыбчивость, доброжелательность, приятный голос, креатив, корпоратив, белая блузка, мечта об обеде, чувство локтя, цветные шарик по случаю праздника, ухоженные руки, ответственность за компанию, корабль (хорошо, если не «Титаник»), круговая порука, оргтехника, заказы, белка в колесе, любовь к клиентам, улыбка до судорог, себе не принадлежит, расслабуха на тренинге</i>

Большая часть ассоциатов первой группы по содержащейся в лексеме, именующей их, коннотации, может быть маркирована *позитивно / негативно*. Группировка по данному принципу представлена в табл. 5, 6. Все прочие ассоциаты отнесены в столбец *нейтрально* (ассоциаты, отнесение которых к той или иной группе мы полагаем спорным и неочевидным, помещены в столбец «нейтрально» под знаком «?»). При распределении ассоциатов мы руководствовались своим опытом носителя языка.

Таблица 5. Систематизация ассоциатов на стимул РУКОВОДИТЕЛЬ

Социальные группы	Ассоциаты		
	Позитивно	Негативно	Условно нейтрально
Военнослужащие	<i>а) строгость 12, справедливость 3, хозяин своего слова, лидер, требовательность; б) опрятность 8, подтянутость 7, серьезный 5 и др.</i> Всего: 18+ 26=44	<i>а) крик, грозный, вечно недовольный, уставной хам, властное поведение, можно все; б) толстое брюхо, твердый</i> Всего: 6+2=8	<i>крупные звезды, красная дорожка, не получите представления о начальнике, командный голос</i> Всего: 4

Представители бюджетной сферы	а) <i>такт, строгий взгляд;</i> б) <i>интересная внешность, опыт, организованность, уверенность, внимательные глаза</i> Всего: 2+5=7	а) <i>разборки, разности;</i> б) <i>нервы, апломб, шум, бумажки</i> Всего: 2+4=6	<i>очки, деловой костюм, папка с бумагами, разговор по телефону, вечно занят?, бумаги, указка?, банк, конфеты – коньяки, собрание, стакан воды, компьютер, сигареты, каблучки</i> Всего: 14
Представители коммерческой сферы	а) <i>отец родной, справедливость, доверие, авторитет;</i> б) <i>ум, луч света, мозг, умеет решать все проблемы, гибкий ум, собранность, рациональность, организованность, современность, импозантность, свежее выбрит, оптимизм, хорошая прическа</i> Всего: 4+12=17	а) <i>стук кулаком по столу;</i> б) <i>рвач</i> Всего: 1+1=2	<i>запах кофе, возраст от 35 до 45, дорогой автомобиль ?, костюм, кожаное кресло, «Parker» ? розовая помада, грозная улыбка? Сам</i> Всего: 9
Общее кол-во ассоциатов	24+45=69	5+11=16	26

При анализе материала мы исходим из того, что «отношения между образом сознания и его вербальной формой представления в ассоциативно-вербальной сети не могут быть простыми и непосредственными» [21: 17]. В.А. Пищальникова полагает, что «исследователь должен определить характер этого соотношения, установить характер действия со словом (языком), определить, каким способом в связи «стимул – ассоциат» отражается превращение одной формы психологического значения в другую – языковую. Слово при этом может рассматриваться как «компонент» определенного образа сознания (представленный в нем специфическим образом), но содержание образа сознания не может быть равно слову (ассоциату), и для выявления этого содержания необходимы особые методики исследования связей между стимулом и ассоциатом» [16: 117].

Опираясь на данные, полученные в результате эксперимента и представленные в табл. 5–6, мы можем сделать некоторые выводы относительно «удельного веса» оценочности (здесь термины «оценочность», «экспрессивность», «эмоциональность» синонимичны) в концептуальной оппозиции РУКОВОДИТЕЛЬ – ПОДЧИНЕННЫЙ (см. ниже табл. 7).

Таблица 6. Систематизация ассоциатов на стимул ПОДЧИНЕННЫЙ

Социальные группы	Ассоциаты		
	Позитивно	Негативно	Нейтрально (условно)
Военно-служащие	а) исполнительность 6, дисциплинированность 5, преданность, терпение, умение молчать; б) аккуратность 3, подтянутость 3, опрятность 3, храбрость, работа, хорошее здоровье Всего: 14+ 12=26	а) легкая придурковатость, показывать, что ты глупее начальника, ишак, сачек, груша для битья, прогибанье, слуга, прогибчивость; б) сачек Всего: 1+7=8	Устав, фуражка, субординация? спорт, громкий голос, форма, многословие, куда-то спешит, озабоченность, одет в х/б, комната в общежитии? Всего: 11
Представители бюджетной сферы	а) дисциплинированность 5, сдержанность; б) аккуратность 4, пунктуальность, ум, компетентность, профессионализм, польза людям Всего: 6+9=15	а) – б) пленник по доброй воле, конфликт с посетителями, оголенные нервы, очереди на прием, запарка, некогда поесть, скорей домой, низкая зарплата, каждый за себя, винтик-болтик, потухший взгляд, карьеризм Всего: 0+12=12	отчет, глаза и уши, премия, документы, факс, компьютер, облупленный потолок в кабинете? Всего: 8
Представители коммерческой сферы	а) – б) взаимопомощь 3 улыбка 2, доброжелательность 2, приятный голос, креатив, чувство локтя, ухоженные руки, ответственность за компанию, корабль (хорошо, если не «Титаник»), круговая порука, любовь к клиентам, раслабуха на тренинге, энергичность Всего: 0+17=17 Итого: 20+38=58	а) – б) себе не принадлежит, улыбка до судорог Всего: 0+2=2 Итого: 1+21=22	корпоратив? белая блузка, мечта об обеде? цветные шарики по случаю праздника? оргтехника, заказы, белка в колесе? ровные зубы? Всего: 8 Итого: 27

В табл. 7 статистические данные приводятся в виде индексов оценочности (индекс позитивности, индекс негативности, индекс нейтральности), который исчисляется как отношение ассоциатов, соответствующих требуемому показателю (позитивная / негативная / нейтральная оценка) к общему количеству ассоциатов. Введение индексов как показателей оценочности нивелирует разрыв между примерно одинаковым количеством

испытуемых из трех социальных сфер (соразмерно по 40 человек) и различным количеством предоставленных Ии. ассоциатов (у военнослужащих зафиксировано 101 ассоциат, у представителей бюджетной сферы – 62, а у представителей коммерческой сферы – 54).

Как следует из показателей табл. 7, в ответах военнослужащих и представителей коммерческой сферы ассоциаты на стимул РУКОВОДИТЕЛЬ, манифестированные лексемами с позитивной коннотацией, доминируют над негативными (у представителей бюджетной сферы преобладает нейтральная оценка). Любопытно, что негативный и позитивный коннотативный элемент в оценке руководителя не связан с взаимоотношениями РУКОВОДИТЕЛЬ / ПОДЧИНЕННЫЙ, а скорее касается деловых качеств.

Таблица 7. «Удельный вес» оценочной составляющей концептов РУКОВОДИТЕЛЬ / ПОДЧИНЕННЫЙ (по результатам свободного ассоциативного эксперимента)

Показатели	Социальная группа		
	Военнослужащие	Представители бюджетной сферы	Представители коммерческой сферы
Позитивная оценка руководителя:	0,44	0,11	0,31
а) связана с взаимоотношениями с подчиненным	0,18	0,03	0,07
б) нет	0,26	0,08	0,22
Негативная оценка руководителя:	0,08	0,09	0,04
а) связана с взаимоотношениями с подчиненным	0,02	0,03	0,02
б) нет	0,06	0,06	0,02
Нейтральная оценка руководителя	0,04	0,23	0,17
Позитивная оценка подчиненного:	0,26	0,24	0,31
а) связана с взаимоотношениями с руководителем	0,14	0,1	0
б) нет	0,12	0,14	0,31
Негативная оценка подчиненного:	0,08	0,19	0,04
а) связана с взаимоотношениями с руководителем	0,01	0	0
б) нет	0,07	0,19	0,04
Нейтральная оценка подчиненного	0,11	0,13	0,15
ИТОГО	1	1	1

На стимул ПОДЧИНЕННЫЙ также даны ассоциаты, содержащие позитивную коннотацию, хотя этот процент по сравнению с оценкой руководи-

теля в значительной степени ниже (при подавляющем большинстве испытуемых-подчиненных в бюджетных и коммерческих структурах). Любопытно, что подавляющее большинство ассоциатов, данных военнослужащими, связывают позитивное с взаимоотношениями с руководителем, а у представителей коммерческой сферы индекс позитивности равен 0. Из этого следует, что в коммерческой сфере деловые качества становятся преобладающими над межличностными взаимоотношениями. Представители бюджетной сферы дают максимальное количество негативных оценок в сравнении с прочими социальными группами.

Примечательно, что на прямые вопросы «*Какого руководителя Вы считаете хорошим? Какого подчиненного Вы считаете хорошим?*» были даны ответы, в подавляющем большинстве связанные с межличностными отношениями (см. об этом [12: 30–31]).

Обнаруженное противоречие скорее всего отражает изменение восприятия деловых отношений в рыночных условиях: в коммерческой сфере при необходимости внимания к межличностным отношениям на передний план начинают выходить требования, связанные с оценкой специалиста по его деловым качествам. В ответах военнослужащих основным продолжает оставаться межличностный аспект, связанный в первую очередь с подчиненным. Бюджетная сфера в этом отношении наиболее противоречива. Вполне очевидна ярко выраженная негативность / нейтральность оценок, что подтверждает сделанные нами ранее выводы (см.: [12]) об общей обезличенности отношений в этой сфере.

На следующем этапе исследования был проведен направленный ассоциативный эксперимент. Ии. было предложено назвать качества, которые должны или не должны быть присущи руководителю и подчиненному. В табл. 8 приводятся наиболее частотные качества, которые, по результатам эксперимента, должны быть присущи руководителю. Их группировка в определенной степени может рассматриваться как «иерархия доминант», оказывающая «влияние на мыслительные процессы и поведение субъектов» и «детерминированная сходством психологических значений», которая положена в основу модели «когнитивной организации» Лоранда Салаи [2: 69. Курсив мой. – С.М.].

Как следует из табл. 8, военнослужащие демонстрируют большее единообразие в ответах (совпадений в 2 раза больше по сравнению с другими социальными группами). 8 из 14 названных ими качеств непосредственно связаны с взаимоотношениями с подчиненными. Из 5 качеств, названных представителями бюджетной сферы, 3 касаются отношений *человек – человек*, а по отношению к коммерческой сфере соотношение другое: 2 из 6. Представители бюджетной сферы и военнослужащие в двух качествах из всех частотных совпали (*справедливость* и *ответственность*). Сопоставляя полные ряды перечисленных Ии. качеств, мы можем назвать ядерные (которые присутствуют в трех списках) и периферийные качества, которые рассматриваются как специфические для той или иной социальной группы.

Таблица 8. Наиболее частотные качества, которые должны быть у руководителя (по результатам эксперимента)

Социальная группа	Наиболее частотные качества, которые должны быть у руководителя
Военнослужащие	<i>требовательность 12, справедливость 10, ответственность 10, грамотность 8, ум (высокие умственные способности) 8, решительность 8, воля 8, тактичность 7, авторитет 6, сдержанность 6, патриотизм 4, уважение к подчиненным (уважение к людям) 4, заботящийся о подчиненных (забота о подчиненных) 4, корректность 2</i>
Представители бюджетной сферы	<i>ответственность 10, справедливость 9, компетентность (профессионализм) 9, уравновешенность 6, умение выслушать 3</i>
Представители коммерческой сферы	<i>харизматичность 10, энергичность 8, умение общаться с людьми (коммуникабельность, общительность) 7, дальновидность 6, оптимистичность 4, чувство юмора 2</i>

С опорой на списки качеств, которых, по мнению Ии., у руководителя не должно быть, смоделируем образ неэффективного («чужого») руководителя. Наиболее частотные качества обобщены в табл. 9.

Таблица 9. Наиболее частотные качества, которых не должно быть у руководителя (по результатам эксперимента)

Социальная группа	Наиболее частотные качества, которых не должно быть у руководителя
Военнослужащие	<i>хамство 15, грубость 10, мстительность 9, безграмотный (необразованный) 5 чванство 4, ложь (бесчестный, нечестный) 3, алкоголизм 3, жесткость 2, бездарность 2, непорядочность, пассивность 2, некомпетентность 2, равнодушие 2, неуверенность 2, лень 2, деспотичность 2</i>
Представители бюджетной сферы	<i>высокомерие 6, мстительность 5, лицемерие 4, взяточничество 4, агрессия 3, бестактность 3, равнодушие 3, циничность 3, тупость 3, формализм 3, пессимистичность 3</i>
Представители коммерческой сферы	<i>косность 7, раздражительность 6, недалекость 5</i>

Данные табл. 9 свидетельствуют о том, что самые частотные негативные качества руководителя, также как и положительные, связаны с межличностным взаимодействием (у военнослужащих 10 из 15, у представителей бюджетной сферы 7 из 11, у представителей коммерческой сферы 1 из 3). Такие данные на фоне сделанных выводов кажутся нам закономерными. У военнослужащих и представителей бюджетной сферы два качества из 9 совпадают (*мстительность* и *равнодушие*).

По данным табл. 10, с отношениями РУКОВОДИТЕЛЬ – ПОДЧИНЕННЫЙ связаны у военнослужащих 4 качества из 6, у представителей бюджетной сферы 3 из 8, у представителей коммерческой сферы 3 из 7.

Таблица 10. Наиболее частотные качества, которые должны быть у подчиненного (по результатам эксперимента)

Социальная группа	Наиболее частотные качества, которых должны быть у подчиненного
Военнослужащие	<i>исполнительный 18, усердие 12, опрятность 10, дисциплинированность 8, грамотный (техническая грамотность) 6, ответственность 6</i>
Представители бюджетной сферы	<i>ответственность 11, аккуратность 9, организованность 9, компетентность (профессионализм) 6, дисциплинированность 5, исполнительность 3, пунктуальность 3, гибкость 11</i>
Представители коммерческой сферы	<i>инициативность 12, работоспособность 11, исполнительность 8, дисциплинированность 6, ответственность 6, гибкость (адаптивность) 4, дружелюбие 3</i>

Как следует из табл. 11, называя качества, которых не должно быть у подчиненного, Ии. в меньшей степени акцентировали внимание на отношениях РУКОВОДИТЕЛЬ – ПОДЧИНЕННЫЙ (3 из 12, 1 из 9, 1 из 6).

Таблица 11. Наиболее частотные качества, которых не должно быть у подчиненного (по результатам эксперимента)

Социальная группа	Наиболее частотные качества, которых не должно быть у подчиненного
Военнослужащие	<i>неисполнительный 13, лень 10, пьянство (алкоголизм) 9, безответственность 8, хамство 5, ложь (обман) 5, трусость 3, тупость (глупость) 4, равнодушие 3, грубость 2, небрежность 2, воровство (вороватость) 2</i>
Представители бюджетной сферы	<i>безответственность 8, лень 6, неорганизованность 6, непунктуальность 5, неисполнительность 5, взяточничество 5, пассивность 2, непрофессионализм 2, разгильдяйство 2</i>
Представители коммерческой сферы	<i>инертность 13, незаинтересованность в работе 10, безответственность 10, лживость 10, лень 8, недисциплинированность 4</i>

Обобщим результаты нашего экспериментального исследования.

1. Концептуальная оппозиция СВОЙ – ЧУЖОЙ применительно к деловому общению обладает оценочностью; при ее персонификации испытуемые называют оппозицию РУКОВОДИТЕЛЬ – ПОДЧИНЕННЫЙ.

2. Представители всех социальных категорий, характеризуя типичный образ «своего» руководителя и подчиненного, существенно совпали в ответах (соответственно 8 и 6 совпадений), т.е. образ руководителя для Ии. более отчетлив. Ими названы качества, прежде всего связанные с межличностными отношениями (*справедливость 20, требовательность 14, тактичность (корректность) 13, организаторские способности 3*). Во вторую очередь названы такие качества, как *ответственность 21, ум 10, оптимистичность 6*.

3. Межличностный компонент является доминирующим при перечислении качеств, которых не должно быть у руководителя (3 из 4): *хамство 17, лживость 4, заносчивость 3*. При сопоставлении с образом идеального подчиненного картина иная: межличностный компонент вторичен. Вероятно, это связано с тем, что, называя качества, которых не должно быть, Ии. в первую очередь акцентировали внимание на тех, которые скорее всего актуализированы (по аналогии военнослужащие отмечают у руководителя *хамство 15, грубость 10* как следствие жесткой иерархичности в управлении; представители коммерческой сферы – *косность 7, недалёковидность 5*, которые весьма существенно влияют на успешность бизнеса).

4. Между ответами представителей различных социальных сфер обнаружены факты сходства. При перечислении должных качеств руководителя ответы примерно соразмерны – по 3–4 общим между представителями каждой из пар групп, что не позволяет маркировать какие-то определенные сферы как более близкие в этом отношении. При перечислении не должных качеств существенно сближаются ответы военнослужащих и представителей бюджетной сферы (12 совпадений против двух и четырех совпадений между другими сферами). Вероятно, многие из них связаны с особенностями забюрократизированной иерархической системы с четкими субординационными связями, например, *очковтирательство, циничность, деспотичность, мстительность, равнодушие, пессимистичность, поверхностность*. Любопытен тот факт, что при характеристике «своего» подчиненного оказались в большей степени сходными ответы военнослужащих и представителей коммерческой сферы. Зафиксировано 5 общих качеств: *преданность, открытость, общительность, честность, взаимопомощь* – которые могут рассматриваться как «командные», что свойственно именно этим двум социальным сферам.

5. Характеризуя руководителя и подчиненного, Ии. назвали большое количество качеств, не повторяющихся в ответах представителей других социальных сфер. Многие из них было бы сомнительно напрямую связывать с особенностями корпоративной субкультуры. Например, у военнослужащих: *порядочность, целеустремленность, грамотность; чванство, зависть, вспыльчивость*, у представителей бюджетной сферы: *собранность, деликатность, уравновешенность; наглость, злобность, доверчивость*, у представителей коммерческой сферы: *человечность, объективность, неконфликтность; надменность, конфликтность, вялость*. Некоторые качества, на наш взгляд, можно было бы предположительно считать социально маркированными, например, у военнослужащих: *патриотизм, подтянутость, усердие, опрятность, жесткость, алкоголизм, подхалимаж*; у представителей бюджетной сферы: *пунктуальность, аккуратность, формализм, любовь к подхалимам, взяточничество*; у представителей коммерческой сферы: *стратегическое мышление, умение замотивировать подчиненных, харизматичность, инициативность, неумение делегировать полномочия, управлять временем, неумение работать в команде*.

Таким образом, при построении модели УКС обращение к концептуальной оппозиции СВОЙ – ЧУЖОЙ обусловлено ее стилиобразующей функцией. «Схватывание» субстанции УКС непосредственно связано с характером взаимоотношений участников управленческого дискурса, описание которых в лингвистическом аспекте возможно посредством фиксации того, что «лежит» за словами РУКОВОДИТЕЛЬ – ПОДЧИНЕННЫЙ с опорой на психолингвистическую теорию слова как достояния человека.

Исследование «живого» значения слова с помощью экспериментальных методик приводит к заключению, что концепты «СВОЙ» – «ЧУЖОЙ» не могут рассматриваться как нечто застывшее, окончательно сформированное. В различных социальных стратах они приобретают ту или иную акцентуацию в зависимости от обусловленности характером деятельности, социальной субкультурой и прочими факторами. Вывод Р.И. Павилениса о возможных несоответствиях между концептуальными системами на разных этапах исторического развития общества можно дополнить. Концептуальные несоответствия имеют место не только в диахронии, но и на одном синхронном срезе в зависимости от «топологии» самого концепта в социальных стратах, поскольку за вербальными ассоциациями «лежит многогранный опыт (чувственный и рациональный, индивидуальный и социальный), обеспечивающий "выход" на картину мира во всем многообразии связей и отношений, свойственных последнему» [4: 33].

Полагаем, что построение лингвистических моделей с учетом «живого знания» задает вектор уверенного движения в сторону потенциально непостижимого – понимания говорящих и слушающих.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Винокур Т.Г. О содержании некоторых стилистических понятий. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 104 с.
2. Залевская А.А. Вопросы организации лексикона человека в лингвистических и психологических исследованиях : учеб. пособие. – Калинин: Калинин. гос. ун-т, 1978. – 87 с.
3. Залевская А.А. Психолингвистические проблемы семантики слова : учеб. пособие. – Калинин: Калинин. гос. ун-т, 1982. – 80 с.
4. Залевская А.А. Понимание текста: психолингвистический подход : учеб. пособие. – Калинин: Калинин. гос. ун-т, 1988. – 96 с.
5. Залевская А.А. Метафора формирование проекций текста // Текст в коммуникации. – М.: ИЯ АН СССР, 1991. – С.158–168.
6. Залевская А.А. Значение слова в зеркале психолингвистического портретирования // Вестник Тверского государственного университета. – Серия «Филология». – 2010. – № 5. – Вып. 3 «Лингвистика и межкультурная коммуникация». – С.175–193.
7. Кожина М.Н. Стилистика русского языка. – М.: Просвещение, 1993. – 223 с.
8. Леонтьев А.А. Психология общения. – М.: Смысл; Издательский центр «Академия», 2005. – 368 с.

9. Мамардашвили М.К., Пятигорский А.М. Символ и сознание. Метафизические рассуждения о сознании, символике и языке. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1999. – 216 с.
10. Маслова В.А. Введение в когнитивную лингвистику. – М.: Флинта: Наука, 2007. – 296 с.
11. Миловидов В.А. Проблема коннотации: эпистемологический аспект // Языковая действительность и действительность языка : сб. науч. тр. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2010. – С.77–82.
12. Мкртычян С.В. Устный деловой дискурс : монография. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2009. – 171 с.
13. Мкртычян С.В. Концепты-оппозиты СВОЙ – ЧУЖОЙ через призму российской деловой культуры // Горизонты психолингвистики: Мат-лы междуна-родн. науч.-практич. конф. (Тверь, 23–24 октября 2009 г.). – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2009. – С.185–190.
14. Мкртычян С.В. Моделирование управленческого коммуникативного стиля в когнитивном аспекте // Вестник Тверского государственного университета. – Серия «Филология». – 2010. – № 5. – Вып. 3 «Лингвистика и межкультурная коммуникация». – С.74–96.
15. Мягкова Е.Ю. Эмоциональная нагрузка слова: опыт психолингвистического исследования. – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1990. – 109 с.
16. Пищальникова В.А. История и теория психолингвистики : курс лекций. – Ч.2. Этнопсихолингвистика. – М.: Моск. гос. лингвистич. ун-т, 2007. – 228 с.
17. Ревзина О.Г. Лингвистика XXI века: на путях к целостности теории языка // Критика и семиотика. – М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 2004. – Вып. 7. – С.11–20.
18. Сонин А.Г. Когнитивная лингвистика в России // Вестник Тверского государственного университета. – Серия «Филология». – 2010. – № 5. – Вып. 3 «Лингвистика и межкультурная коммуникация». – С.128–137.
19. Сеченов И.М. Элементы мысли. – СПб.: Питер, 2001. – 416 с.
20. Узнадзе Д.Н. Психология установки. – СПб.: Питер, 2001. – 416 с.
21. Ушакова Т.Н. Языковое сознание и принципы его исследования // Языковое сознание и образ мира : сб. науч. тр. – М.: ИЯ РАН, 2000. – С.13–24.

УДК 81'246.2

Н.В. Мохамед

НЕОБХОДИМЫЕ И ДОСТАТОЧНЫЕ УСЛОВИЯ ОВЛАДЕНИЯ РУССКИМ ЯЗЫКОМ ДЕТЬМИ ПРИ НЕМЕЦКО-РУССКОМ БИЛИНГВИЗМЕ

По результатам лонгитюдного наблюдения над развитием немецко-русского двуязычия у двух девочек (10 и 8 лет) рассматриваются необходимые и достаточные условия, влияющие на качество формирования и развития русского языка при его взаимодействии с немецким. Проводится краткий анализ актуального состояния уровня владения этими детьми русским языком.

Ключевые слова: двуязычие, промежуточный язык, динамическая система, речевые ошибки, компенсирующие стратегии.