

отличительными чертами изучаемой культуры, в особенности теми, которые заложены в изучаемом иностранном языке. Культурно-специфическая связь, свойственная языку, создает этот особенный компонент его семантики, который называется социокультурным значением, что и образует значительную часть процесса аккультурации. Говорить о поликультурности языковой личности можно в том случае, если преодолен этноцентризм, (т.е. восприятие других культур через призму своей культуры, безоговорочный приоритет собственных культурных традиций), что проявляется на всех уровнях взаимодействия языковой личности в современном обществе.

#### **Литература:**

1. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 476с.
2. Караулов Ю.Н. Предисловие. Русская языковая личность и задачи её изучения / Язык и личность. – М.: Наука, 1989. – С.3-9.
3. Нефёдова Л.А., Венедиктова Л.Н. Кросскультурные особенности языковой личности / Кросскультурное и полиязычное образование в современном мире: Материалы междунар. научно-практической конф. – Костанай, 2009. – С. 14-20.
4. Соловова Е.Н., Кривцова Е.А. Социокультурные лакуны: типология, причины появления и способы заполнения при изучении иностранных языков / Иностранные языки в школе, № 5, 6, 2006. – С.2-7, 2-11.
5. Пассов Е.И., Царькова В.Б. Концепция коммуникативного обучения иноязычной культуре в средней школе. – М., 1993. – 250 с.
6. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. – М.: Рус. яз., 1990. – 246 с.

### ***АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ РОЛЬ ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОГО ТЕКСТА***

***Самамбет М.К.***

*Казахстан, Костанайский государственный университет имени А.Байтурсынова*

В современной философии есть раздел, отведенный исследованию ценностей, – аксиология (от греч. «axiōs» – ценный и «logos» – слово, понятие, учение).[1,4] Аксиологическая проблематика имеет фундаментальное значение и помогает выбрать общее направление жизни, указать ее главные цели. Первостепенная важность – определение ценностных оснований человеческого бытия. Ценность воспринимается как распространенный субъективный образ или представление, имеющее человеческое измерение. Человек волен выбирать ориентации, но это происходит не в результате абсолютного своеволия, в которой ценности обусловлены культурным контекстом и содержат в себе некую нормативность.

Факты, явления, события в природе, обществе, жизни индивида осознаются не только посредством логической системы знания, но и через призму отношения человека к миру, гуманистических или антигуманистических представлений, нравственных и эстетических норм. Базовой для аксиологии является проблема обоснования возможности существования ценностей в структуре бытия в целом и их связи с предметной реальностью. Она характеризует человеческое измерение общественного сознания, поскольку пропущена через личность, через ее внутренний мир. Ценность – это скорее личностно окрашенное отношение к миру, возникающее не только на основе знания и информации, но и собственного жизненного опыта человека.

Человек соизмеряет свое поведение с нормой, идеалом, целью, которая выступает в качестве образца, эталона. Связанные с ними взгляды, убеждения людей – ценностными идеями, которые могут оцениваться как приемлемые, так и неприемлемые, оптимистические или пессимистические, активно-творческие или пассивно-созерцательные.

В настоящее время, в связи с интенсивным развитием политических, экономических и научных отношений Казахстана со странами всего мира увеличился поток принимаемой информации: различные публикации, радио, телевидение, ресурсы сети Интернет, и по этому не удивительно, что растет и интерес лингвистов и специалистов различных отраслей науки и техники к проблемам терминологии. Общение – сложный многоплановый процесс установления и развития контактов, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятия и понимания другого человека.

Бизнес – это умение разговаривать с людьми, считает М. Смолл. [2,107], один из выдающихся менеджеров США, президент крупнейшего в мире автогиганта, компании «Форд и «Крайслер». Управление представляет собой не что иное, как настаивание людей на труд. Единственный способ настраивать людей на энергичную деятельность – это общаться с ними.

Важная особенность делового общения – это строгое соблюдение его участниками ролевого амплуа. К особенностям делового общения относится и повышенная ответственность участников за его результат. В деловом общении особую значимость приобретают такие важные качества деловых людей, как верность слову.

Деловое общение требует более строгого отношения к речевым средствам. Например:

Our financial people feel strongly about it.

That is the point of today's meeting. [3,200]

Современные лингвисты не подвергают сомнению, что менталитет находит отражение в языковых категориях, и что языковой опыт развивает черты национального характера и определяет национальное мировоззрение.

Г. Пауль понимал смещение как «влияние испытываемое одним языком со стороны другого...также и влияние, испытываемое одним диалектом со стороны другого, бытующего на той же самой объединенной непрерывными связями языковой территории». [4]

Центральную позицию в изучении языковых контактов традиционно занимает проблема лексических заимствований «когда есть налицо культурное заимствование, – писал Э.Сепир, – есть полное основание ожидать соответствующего заимствование.» [5]

Деловой стиль – это слова, зафиксированные с помощью каких-то материальных носителей. Деловой стиль – это совокупность языковых средств, функция которых – обслуживание сферы официально-деловых отношений, т.е. отношений, возникающих между органами государства, между организациями или внутри них, между организациями и частными лицами в процессе их производственной, хозяйственной, юридической деятельности. Сфера применения деловой речи может быть представлена как широкая сеть актуальных официально-деловых ситуаций и как набор соответствующих жанров документов.

Соотношение «официально-деловая ситуация – соответствующий жанр документа» означает, что содержание документа покрывает множество реальных деловых обстоятельств. Вследствие этого форма и язык документов в официально-деловом стиле выступают как стандартизованные (соответствующие единому образцу) требования, пронизывающие всю сферу деловой речи. Например: The customer shall send any additional data required within thirty days from the date of the Supplier's request. [3,74]

Информативная предназначенность делового текста находит свое отражение в стремлении пишущего к максимально строгому и сдержанному характеру изложения, а тем самым и в стремлении к использованию стилистически нейтральных или книжных элементов. Это исключает возможность употребления в текстах деловой речи экспрессивно и эмоционально окрашенных языковых средств, образных средств или слов, употребляемых в переносном смысле – все это противоречило бы требованию точности деловой речи. Например: The EBRD (European Bank for Reconstruction and Development) is a multinational institution set up with the specific aim of assisting the countries of central and Eastern Europe to develop into market-oriented economies.[3,289]

В зависимости от различных признаков деловое общение делится на устное – письменное; диалогическое – монологическое; межличностное – публичное; непосредственное – опосредованное; контактное – дистанционное.

Все перечисленные факторы делового общения формируют характерные особенности деловой речи.

Если деловая письменная речь представляет официально-деловой стиль речи, то деловая устная речь – различные формы гибридных стилевых образований. Например:

– Well Mr. A., thank you very much for putting me into the picture

– Don't mention it. I'm sure our meeting today will be a good starting point for discussing. [3,183]

Значительны языковые различия между диалогической и деловой монологической речью. Если монологическая речь в большей степени тяготеет к книжной речи, то диалогическая – к разговорной, что отражается в первую очередь на текстовой организации и синтаксических особенностях речи. Диалогическое общение – это межличностное по преимуществу общение, а публичная речь – это монологическая речь.

Дистанционное, всегда опосредованное общение (телефонный разговор, почтовое и факсовое отправление, пейджинговая связь и т. п.) отличается от контактного, непосредственного повышенным вниманием к интонационному рисунку речи (устное общение), краткостью и регламентированностью, невозможностью использования жестикюляции и предметов в качестве носителей информации. Например: YRTLX MAY 21 RE MR BROWN RESERVATION CANCELLED. (Your telex of May 21 with reference to/ concerning Mr. Brown's reservations cancellation.) [6, 202]

Суть делового стиля – это термины + прецизионная информация + клише. Владение всеми тремя компонентами – основа и гарантия успеха.

Следует иметь в виду явление проницаемости стилей. «Чистых» стилей в природе не бывает – это плод дедукции. Понятие стиля официально-деловой документации, например, оспаривается многими учёными на том основании, что в этом стиле обнаруживаются элементы самых разных стилей. В ходе создания языковых моделей функциональных стилей чаще всего ориентируются на тексты, наиболее ясно воплощающие «абсолютно-специфичные» признаки того или иного стиля. Так, в газетном стиле приоритетное место занимают способы организации информации в виде новости, в художественном стиле ищут индивидуальное новаторство, в деловом языке – стереотип, благодаря которому соответствующие тексты проще всего поддаются машинной и компьютерной обработке. Например:

I presume...

We'd prefer that...

We can handle that...

Our request still holds. [3,87]

Официально-деловой язык как особый функциональный стиль речи характеризуется известными интернациональными чертами, которые являются следствием универсальности решаемых им задач – служить инструментом делового общения, средством документирования официальной управленческой и служебной информации. Например:

Gross weight .....kg

Net weight.....kg

Company.....

Contract №.....

Package №..... [3,327]

Успешное деловое общение – это осуществление коммуникативной цели инициаторов общения и достижение собеседниками согласия. Обязательными условиями успешного общения являются заинтересованность собеседников в общении, настроенность на мир адресата, умение проникнуть в коммуникативный замысел говорящего, способность собеседников выполнить жесткие требования ситуативного речевого поведения, разгадать «творческий почерк» говорящего при отражении реального положения дел или «картины мира» умение прогнозировать «вектор» диалога. Поэтому центральное понятие успешности делового общения – понятие языковой компетенции, которая предполагает знание правил грамматики и словаря, умение выражать смысл всеми возможными способами, знание социокультурных

норм и стереотипов речевого поведения, которая позволяет соотнести уместность того или иного языкового факта с замыслом говорящего и, наконец, делает возможным выражение собственного осмысления и индивидуального представления информации.

Каждый текст, в процессе коммуникации должен быть интерпретирован наряду с системой языка, использует разные опознаватели, среди которых важную роль играют речевые жанры.

Многие авторы используют идеи Р. Якобсона, выделяя жанры информационной речи и жанры фактической речи, ориентированные на сообщения и общения. Ковенциональные жанры «диктуют адресату речи четкую интерпретацию коммуникативных намерений адресата».[7,161]

Сфера лексического взаимодействия языка, проникновение иностранных элементов, заимствование были классифицированы их использованием: ситуационные, окказиональные заимствования слов, диктуемые окружением; новые термины, понятия; заимствования, занимающие среднее положение. Например: boss, parliament, capital, bank. Такие классификации свидетельствуют о тесном переплетении при языковых контактах лексических аспектов заимствования. В связи с всеобъемлющим проникновением политики во все сферы жизни и с активизацией исследований в последнее время, возникает необходимость общения.

Решить задачу, как и проблему разночтения понятий представляет собой попытку адекватной передачи. Она невозможна без исчерпывающей информации о значении термина и его системных связях. При передаче понятий из области исследования акцент делается на сохранение аутентичности единиц, чему в определенной мере, способствует и словарная статья. При этом к прагматическим факторам относятся национальная специфика, функциональная роль в том или ином сообщении, жанрово-стилистические особенности материала.

#### **Литература:**

1. Словарь философских терминов – М.. 2007.
2. Смолл М., Макензи Р.А. «Как стать предприимчивым и богатым» – М., 2001.
3. А.Г.Памухина, Т.П. Архангельская Английский язык для деловых людей – М., 2003.
4. Пауль Г. Принципы истории языка/ Пер. с нем. – М., 1960.
5. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии/ Пер. с англ. – М., 1993.
6. E.N. Muratov Diplomatic Documents and Diplomatic Correspondence in English – М., 2001.
7. Дементьев В.В. Непрямая коммуникация и ее жанры – Саратов, 2000, М., 2006.

#### *Summary*

*The article deals with the interrelation of business with different spheres of contemporary activities causing the problems in communication.*

### **СЛОВАРНАЯ РАБОТА – ОДИН ИЗ ПУТЕЙ ПОВЫШЕНИЯ ЯЗЫКОВОЙ КУЛЬТУРЫ УЧАЩИХСЯ**

**Сапанова З.К.**

*Казахстан, средняя школа № 7 г. Костаная*

Учебные пособия по русскому языку в отечественной школе содержат словарные перечни для V–IX классов. Они и определяют содержание словарно-семантической работы на каждом этапе обучения.

В словарные перечни включен лексический материал, взятый из программных произведений по литературе, а также из действующих учебников истории, русского языка и литературы для V–IX классов.

При отборе слов авторами-составителями учитывались следующие критерии:

1) практическая значимость слова, т.е. роль слова в познавательной и речевой деятельности учащихся в процессе овладения историко-литературным курсом;