

кламу, которая проинформирует потенциальных покупателей о профиле компании» [9, с. 102]. Конечно, придумать только хорошее имя недостаточно. Должно быть хорошее качество товаров, удовлетворительное обслуживание и длительная эффективная реклама. Нет никаких сомнений в том, что, когда все знают компанию, она становится лидером рынка и ее бизнес развивается очень хорошо.

Список литературы

1. Канунников С. "Пятерочка" замахнулась на столицу, Газета «Коммерсантъ» №121 от 12.07.2001, АО «Коммерсантъ» (12 июля 2001). Проверено 26 июня 2018.
2. Леонов В. "Пятерочка" открыла два сотых магазина, Газета «Коммерсантъ Санкт-Петербург» №92 от 31.05.2002, АО «Коммерсантъ» (31 мая 2002). Проверено 26 июня 2018.
3. Лозовой А. Ю., Названова И. А. К проблеме номинации. Особенности современной эргонимии. Электронный ресурс: <http://docplayer.ru/44729870-A-yu-lozovoy-i-a-nazvanova-k-probleme-nominacii-osobennosti-sovremennoy-ergonimii.html>
4. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Отв. ред. А. В. Суперанская. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Наука, 1988. 192 с.
5. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного. М.: Наука, 1973. С. 60.
6. Уракова Ф. К., Ирээдуй А. Имя собственное как языковая категория // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2014. № 16. С. 11–15. URL: <http://e-koncept.ru/2014/14705.htm>.
7. Чжан Л. Традиционная теория многомерное мышление о традиционной китайской культуре. Пекин: Китайский университет Жэньминь, 1996. 158 с.
8. Ху Й. Культура народного творчества. Чанша: издательство Хунаньского изобразительного искусства, 2004. 89 с.
9. Шушарина И. А. «Товар – реклама – деньги – товар»: К вопросу об эффективности эргонимов г. Кургана // Вестник Курганского государственного университета. Серия «Гуманитарные науки». 2009, № 16. С. 99–103.
10. Сюй Ж. Современный коммерческий дизайн и народная культура. Гуанчжоу: упаковка и дизайн, 2001. 132 с.
11. Лю Ю. Названия товарных знаков. Периодический журнал. Шаньдун, 2005. 105 с.
12. Чэнь Ю. Культура и перевод товарных знаков. Пеиодический журнал. Гуанси, 1998. 77 с.

References

1. Kanunnikov S. "Pyaterochka" zamakhnulas' na stolitsu, Gazeta «Kommersant'» №121 ot 12.07.2001, AO «Kommersant'» (12 iyulya 2001). Provereno 26 iyunya 2018.
2. Leonov V. "Pyaterochka" otкрыla dva sot'yx magazina, Gazeta «Kommersant' Sankt-Peterburg» №92 ot 31.05.2002, AO «Kommersant'» (31 maya 2002). Provereno 26 iyunya 2018.
3. Lozovoy A. YU., Nazvanova I. A. K probleme nominatsii. Osobennosti sovremennoy ergonimii. Elektronnyy resurs: <http://docplayer.ru/44729870-A-yu-lozovoy-i-a-nazvanova-k-probleme-nominacii-osobennosti-sovremennoy-ergonimii.html>
4. Podol'skaya N. V. Slovar' russkoy onomasticheskoy terminologii / Otv. red. A. V. Superanskaya. 2-ye izd., pererab. i dop. M.: Nauka, 1988. 192 s.
5. Superanskaya A. V. Obshchaya teoriya imeni sobstvennogo. M.: Nauka, 1973. S. 60.
6. Urakova F. K., Ireeduy A. Imya sobstvennoye kak yazykovaya kategoriya // Nauchno-metodicheskiy elektronnyy zhurnal «Koncept». 2014. № 16. S. 11–15. URL: <http://e-koncept.ru/2014/14705.htm>.
7. Chzhan Liven Traditsionnaya teoriya mnogomernoye razmyshleniye o traditsionnoy kitayskoy kul'ture. Pekin: Kitayskiy universitet Zhen'min', 1996. 158 s. (in Chinese).
8. Khu Yi Kul'tura narodnogo tvorchestva. Chansha: izdatel'stvo Khunan'skogo izobrazitel'nogo iskusstva, 2004. 89 s. (in Chinese).

9. Shusharina I. A. «Tovar – reklama – den'gi – tovar»: K voprosu ob effektivnosti ergonimov g. Kurgana // Vestnik Kurganskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya «Gumanitarnyye nauki». 2009, № 16. S. 99–103.

10. Syuy Zhimin Sovremennyy kommercheskiy dizayn i fol'klornaya kul'tura. Guanchzhou: upakovka i dizayn, 2001. 132 s. (in Chinese).

11. Lyu Yutyan' Nazvaniy tovarnyye znaki. Periodicheskiy zhurnal. Shan'dun, 2005. 105 s. (in Chinese).

12. Chen' Yulian Kul'tura i perevod tovarnykh znakov. Periodicheskiy zhurnal. Guansi, 1998. 77 s. (in Chinese).

УДК 811

Л. П. Паелова

Белорусский институт правоведения, Минск

ЯЗЫК КАК СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ

Аннотация: Статья посвящена рассмотрению коммуникативной природы языка; акцентируется идея неразрывной взаимосвязи языка с обществом, их взаимовлиянии и невозможности существования и развития общества без языка и наоборот. Утверждается, что язык выступает в качестве основы взаимопонимания, социального мира и развития. Сущность языка раскрывается в его практическом проявлении, в реализации его функций, прежде всего, коммуникативной. Исходя из этого, анализируется коммуникативная функция языка. Делается вывод, что язык представляет собой социальный феномен, основное предназначение которого состоит в том, чтобы служить средством общения людей.

Ключевые слова: язык, средство общения, коммуникация, взаимосвязь языка с обществом, коммуникативная функция, социальный феномен.

L. P. Pavlova

Belarusian Institute of Law, Minsk

LANGUAGE AS A MEANS OF COMMUNICATION

Annotation: The article is devoted to the consideration of the communicative nature of the language; the idea of the inseparable interconnection of language with society, their mutual influence and the impossibility of the existence and development of society without language and vice versa is emphasized. It is argued that the language serves as the basis of mutual understanding, social peace and development. The essence of language is revealed in its practical manifestation, in the realization of its functions, primarily communicative. On this basis, the communicative function of the language is analyzed. It is concluded that language is a social phenomenon, the main purpose of which is to serve as a means of communication between people.

Keywords: language, means of communication, communication, interrelation of language with society, communicative function, social phenomenon.

Актуальность статьи обусловлена следующим:

– будучи социально обусловленным явлением, язык имеет тесную взаимосвязь с обществом, он неотделим от него и не может существовать вне общества, которое оказывает на него значительное влияние; в свою очередь, общество не может развиваться без языка и также испытывает его влияние на себя;

– обладая организующей функцией в отношениях с обществом, язык выступает в качестве осно-

вы взаимопонимания, социального мира и развития;

– имея глобальный характер и являясь главным средством общения, язык вездесущ в социальном пространстве и неотделим от каких бы то ни было жизненных явлений и жизненных сфер.

– в современном обществе в условиях глобализации и интернационализации, неуклонного роста международных связей появляются и развиваются такие явления, как двуязычие и многоязычие больших групп населения; наблюдается увеличение роли языков межнационального общения;

– изучение языка как средства общения в самых разных его проявлениях (в письменной и устной речи) представляет собой одну из фундаментальных проблем языкознания; рассмотрение языка в его коммуникативном предназначении, в его единой, интегрированной функции вызывает у исследователей существенный интерес, так как изучение языка в данном ракурсе может содействовать акцентированию внимания на многих существенных свойствах механизма языка.

Целью статьи является раскрытие сущности языка как средства общения.

Основой данного исследования проблемы языка как средства общения в коммуникативном пространстве послужили труды языковедов, в которых отражены вопросы языка как социального явления (работы В. В. Виноградова, В. М. Жирмунского, Ю. Н. Караулова, Б. А. Ларина, Ю. М. Лотмана, Ф. де Соссюра, А. Д. Швейцера, Р. Якобсона и др.).

Познавательная деятельность человека опосредована языком: через призму языка он получает возможность увидеть реальную жизнь, «проецируя на неё при помощи языка опыт общественной практики» [1, с. 153]. Процессы памяти, воображения, мышления построены, главным образом, на основе языка, благодаря которому языковое общение людей в процессе коммуникации отличается необыкновенным богатством содержания, неограниченно в качественном и количественном отношении. Содержательное богатство языка сказывается на его уровне строения: звуки – морфемы – слова – предложения.

Сущность языка раскрывается в его практическом проявлении, в реализации его функций, прежде всего, коммуникативной и познавательной, которые являются основными, почти всегда присутствующими в речевой деятельности.

Люди постоянно взаимодействуют друг с другом в процессе производства и потребления, в быту и культурной жизни, во время такого взаимодействия возникает необходимость что-то сообщить друг другу: поделиться своим жизненным опытом, обменяться новостями, оценкой того или иного события, испытывают потребность высказать собственное мнение и т.д.

В психологическом словаре понятие «общение» определяется как «...процесс установления и развития контактов между людьми, обусловленный потребностями в совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека [2, с. 229.]».

Всемирно известный философ Г.-Г. Гадамер характеризует язык, рассматривая его функцию общения, следующим образом: «Именно язык есть то, что несет в себе и обесценивает общность мироориентации. Общение – это отнюдь не взаимное размежевание... разговор – это не два протекающих рядом друг с другом монолога. Нет, в разговоре возделывается общее поле говоримого» [3, с. 43–60]. Общение необходимо для формирования личности, без него не обходится ни один вид деятельности человека.

Признание языка как средства общения позволяет трактовать язык в его единственной функции – в функции коммуникации, которая представляет собой довольно сложное интегрированное явление (интегрированы все свойства языка) в жизни человеческого общества на самых разных этапах его развития.

Коммуникативная функция языка была и остается предметом исследования в лингвистике в течение всей истории ее развития. В результате появилось большое количество интерпретаций и обоснований как аспектов единой функции, так и различных функций языка в обществе.

Коммуникативная функция языка выражается в том, что язык служит в качестве средства общения людей. Язык реализуется в речи, которая представляет собой внешнее проявление языка (вербальное средство общения). Известный мыслитель, американский политик и бизнесмен Даниэл Уэбстер выразил по поводу значения речи в жизни человека следующую мысль: «Заберите у меня все, чем я обладаю, но оставьте мне мою речь. И скоро я обрету все, что имел» [4]. Действительно, без наличия у бизнесмена красноречивой речи, умения убеждать в правоте своих взглядов, аргументировать приводимые доводы, четко и доказательно выражать свои мысли он не может иметь успех ни в одном из видов деятельности в деловом мире: ни в выступлении на совещании, ни при заключении договора, ни в процессе посреднической или рекламной деятельности. Косноязычный бизнесмен вряд ли сумеет сделать карьеру.

В связи с этим известный американский оратор Фрэнк Снелл обращается к нам с таким призывом: «Не допускайте того, чтобы через ваши речевые недостатки собеседники нарисовали ложную картину ваших способностей. Заставьте вашу речь работать на вас» [5, с. 5].

В процессе коммуникации с помощью языка говорящий выражает свои мысли, его собеседник понимает выраженные посредством языка мысли. Результатом коммуникации можно считать реакцию слушающего, принятие сказанного к сведению, смена поведения или мысленных установок. Все это было бы невозможно без языка, возникновение и существование которого связано именно с желанием людей общаться, обмениваться информацией. Исходя из этого синонимами коммуникации являются понятия «общение», «обмен информацией». Язык, будучи системой знаков, может передавать информацию от человека к человеку благодаря этим знакам.

Рассматривая функции языка, В. В. Виноградов выделяет:

- сообщение, под которым понимается изложение той или иной мысли или информации;
- воздействие, под которым подразумевают попытку посредством речевого убеждения изменить поведение слушающего;
- общение как обмен сообщениями [6].

Сообщение и воздействие относят к монологической речи, а общение представляет собой диалогическую речь. А вместе они реализуют коммуникативную функцию языка, являясь различными видами реализации данной функции, в чем принимают участие также выражение чувств, эмоций, состояний.

Социальную обусловленность развития языка, существование связи между человеческим общением и языком, усматривали еще древние ученые. Так, Аристотель писал: «Из всех живых существ только человек одарен речью». При этом Аристотель имел в виду не просто индивида, а общественного человека, поскольку главная задача языка заключается в том, чтобы служить средством общения между людьми [7, с. 36].

Изменения, происходящие в обществе, его развитие приводят к изменению условий процесса коммуникации. В измененных условиях изменениям подвергается и сам язык, а также условия его использования в обществе. В качестве изменений условий процесса общения мы можем рассматривать включение в процессы коммуникации технических устройств, параллельное использование с естественным, а иногда и совместное, искусственных языков, различных кодов. Причем количество искусственных языков и кодов растет с каждым годом.

На основе сказанного, можно сделать следующие выводы:

1. Язык представляет собой социальный феномен.
2. Основное предназначение языка состоит в том, чтобы служить средством общения людей, обеспечить общение между членами общества, выполнять функцию коллективной памяти социального коллектива.
3. Язык и общество развиваются на основе тесной взаимосвязи, взаимозависимости и взаимовлияния, они не могут существовать друг без друга.
4. Язык – это основа взаимопонимания в процессе коммуникации, социального мира и развития, явление духовной культуры человечества, самый важный интегратор общества.

Список литературы

1. Леонтьев А. А. Проблема глоттогенеза в современной науке // *Энгельс и языкознание*. М., 1972. С. 135–157.
2. *Краткий психологический словарь* / Под ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. Ростов-на-Дону: Феникс, 1998. С. 229.
3. Гадамер Г.-Г. *Актуальность прекрасного*. М.: Искусство, 1991. 368 с.
4. *Высказывания о красноречии* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.orator.ru/rass16.html> (дата обращения: 23.11.2018).
5. *Искусство делового общения* / Фрэнк Снелл; Пер. С. А. Стрельникова. М.: Знание, 1990. 64 с.
6. *Мирошниченко А. А. Бизнес-коммуникации. Мастерство делового общения: практическое руководство*. М.: Книжный мир, 2008. 384 с.

7. Крысин Л. П. *Русское слово, свое и чужое: Исследования по современному русскому языку и социолингвистике*. М.: Языки славянской культуры, 2004. 888 с.

References

1. Leont'ye A. A. *Problema glottogeneza v sovremennoy nauke // Engel's i yazykoznanije*. M., 1972. S. 135–157.
2. *Kratkiy psikhologicheskiy slovar'* / Pod, red. A. V. Petrovskogo, M. G. Yaroshevskogo. Rostov-na-Donu: Feniks, 1998. S. 229.
3. Gadamer G.-G. *Aktual'nost' prekrasnogo*. M.: Iskusstvo, 1991. 368 s.
4. *VYSKAZYVANIYA O KRASNORECHII* [Elektronnyy resurs]. URL: <http://www.orator.ru/rass16.html> (data obrashcheniya: 23.11.2018).
5. *Iskusstvo delovogo obshcheniya* / Frenk Snell; Per. S. A. Strel'nikova. Moskva: Znaniye, 1990. 64 s.
6. *Miroshnichenko A. A. Biznes-kommunikatsii. Masterstvo delovogo obshcheniya: prakticheskoye rukovodstvo*. M.: Knizhnyy mir, 2008. 384 s.
7. *Krysin L. P. Russkoye slovo, svoye i chuzhoye: Issledovaniya po sovremennomu russkomu yazyku i sotsiolingvistike*. M.: YAzyki slavyanskoy kul'tury, 2004. 888 s.

УДК 81'1

Е. С. Плешков
Южно-Уральский государственный университет, Челябинск

ИМЯ СОБСТВЕННОЕ КАК КОМПОНЕНТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СУБКУЛЬТУРЫ

Аннотация. Статья посвящена изучению имени собственного (названия песни) в контексте профессиональных субкультур (рок-музыкантов и специалистов-химиков). С привлечением психолингвистических методов исследования показана зависимость актуализации семантических компонентов значения имени собственного от принадлежности индивида к разным субкультурам.

Ключевые слова: имя собственное, профессиональная субкультура, ассоциативный эксперимент, языковое сознание, название песни.

E. S. Pleshkov
South Ural State University (national research university), Chelyabinsk

PROPER NAME AS COMPONENT OF PROFESSIONAL SUBCULTURE

Annotation. The article is devoted to the study of the proper name (a song name) in the context of professional subcultures (rock musicians and chemists). With the help of psycholinguistic research methods, the dependence of the actualization of semantic components of a proper name meaning on an individual's belonging to different subcultures is shown.

Key words: proper name, professional subculture, associative experiment, linguistic consciousness, song name.

В современном мире происходит постоянное появление и развитие различных субкультур, в частности, молодежных и профессиональных. Поэтому становится актуальным не только изучение этих субкультур в рамках социологии, культурологии и других общественных наук, но и их лингвистическое описание.

Под субкультурой, вслед за Т. Б. Щепанской, мы понимаем коммуникативную систему, включа-