

2. Glushchenko M. E., Narezheva O. V. Theoretical aspects of the management efficiency analysis // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2011. № 3 (16). P. 144—152.
3. Bagretsov S. A., Oganyan K. M., L'vov V. M. Socio-psychological groups with external status. St. Petersburg: Lan', 1999. 640 p.
4. Ershov A. A. Marketing. Course of lectures. M.: PRIOR, 2007. 271 p.
5. Parygin B. D. Fundamentals of socio-psychological theory. M.: Idea, 1971. 352 p.
6. Rahimbaeva I. E. Formation of subjectivity of students in educational space // News of Saratov university. New series. Series Philosophy. Psychology. Pedagogic. 2011. Vol. 11. Issue 1. P. 80—83.
7. Talanchuk N. M. System and synergetic philosophy and the neopedagogic concept: stratagems of development of the pedagogical theory and practice. Kazan: ISE RAE, 1996. 71 p.
8. Korchagin V. N. Formation and development of the system-synergy paradigm in pedagogic: based on the analysis of pedagogical heritage of N. M. Talanchuk: thesis of the doctor of pedagogical sciences. Kazan, 2005. 345 p.
9. Korchagin N. V. Formation of legal culture of pupils of professional school (lyceum): abstract of a thesis of the doctor of pedagogical sciences. Saratov, 2012. 22 p.
10. Lepaev R. O. Scientific approaches to the research of the formation process of the students leadership position in the secondary professional education // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2014. № 4 (29). P. 286—289.

## 13.00.08 ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

### 13.00.08 THEORY AND METHOD OF VOCATIONAL EDUCATION

УДК 82-84:81-2

ББК 94.8:81.2

**Zheltukhina Marina Rostislavovna**,  
doctor of philology, full professor, academician  
of the Russian Natural Sciences Academy,  
full professor of the English Philology Chair  
of the Volgograd State Socio-Pedagogical University,  
head of the research laboratory Discourse Linguistics,  
rector of the Actor's skill school  
of Anatoly Omelchenko,  
director of the Center  
for Communicative Technologies,  
Volgograd,  
e-mail: zzm@mail.ru

**Желтухина Марина Ростиславовна**,  
д-р филол. наук, профессор, академик РАН,  
профессор кафедры английской филологии  
Волгоградского государственного  
социально-педагогического университета,  
зав. научно-исследовательской лабораторией  
«Дискурсивная лингвистика»,  
ректор Школы актерского мастерства  
Анатолия Омельченко,  
директор Центра коммуникативных технологий,  
г. Волгоград,  
e-mail: zzm@mail.ru

**Yue Yui**,  
postgraduate student  
of the English philology chair  
of the Volgograd State Socio-Pedagogical University,  
Volgograd,  
e-mail: youdengzi@163.com

**Бай Юй**,  
аспирант кафедры английской филологии  
Волгоградского государственного  
социально-педагогического университета,  
г. Волгоград,  
e-mail: youdengzi@163.com

#### КОМПЛЕКСНЫЕ АФОРИЗМЫ О НОРМАХ ИНОЯЗЫЧНОГО КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ ЭТИКИ В МЕЖКУЛЬТУРНОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКОВ)<sup>1</sup>

#### COMPLEX APHORISMS ABOUT NORMS OF FOREIGN LANGUAGE COMMUNICATIVE BEHAVIOR AS THE MEANS OF COMMUNICATIVE ETHICS FORMATION IN THE CROSS-CULTURAL INTERACTION (ON RUSSIAN AND CHINESE MATERIAL)<sup>2</sup>

*В статье рассматриваются комплексные афоризмы, отражающие нормы коммуникативного поведения. Предлагается классификация комплексных афоризмов на основе*

*комбинирования информационного, акционального и перцептивного критериев. Данные критерии позволяют нам описать сложные формы афоризмов, выделенные в результате*

<sup>1</sup>Исследование реализовано при финансовой поддержке Минобрнауки России для выполнения государственных работ в сфере научной деятельности в рамках базовой части государственного задания 2015 года.

<sup>2</sup>Research was implemented with the financial support of the RF Ministry of education and science for fulfillment of the state work in the field of scientific activity within the frame of the state task basic part 2015.

анализа русского и китайского языкового материала, в которых отражены нормы коммуникативного поведения русских и китайцев, для достижения взаимопонимания при обучении языку и в повседневном и деловом общении. В результате исследования установлено, что к комплексным афоризмам, отражающим нормы коммуникативного поведения в русской и китайской лингвокультурах, относятся: информационно-акциональные, перцептивно-акциональные, информационно-перцептивные, информационно-акционально-перцептивные афоризмы.

*The article examines the complex aphorisms reflecting norms of communicative behavior. Classification of complex aphorisms on the basis of combination of information, actional and perceptual criteria is proposed. These criteria allow describing complicated forms of aphorisms distinguished as a result of the Russian and Chinese language material analysis, which reflect norms of communicative behavior of Russians and Chinese for achieving mutual understanding in teaching language and in everyday and business communication. As a result of research it has been established that the complex aphorisms reflecting norms of communicative behavior in Russian and Chinese linguocultures include: information and actional, perceptual and actional, information and perceptual, information and actional and perceptual aphorisms.*

*Ключевые слова: афоризм, комплексные афоризмы, коммуникация, коммуникативное поведение, норма, нормы коммуникативного поведения, критерии дифференциации, классификация, информационный, акциональный, перцептивный.*

*Keywords: aphorism, complex aphorisms, communication, communicative behavior, norm, norms of communicative behavior, differentiation criteria, classification, information, actional, perceptual.*

Достижение взаимопонимания в межкультурной коммуникации является одной из основных задач обучения иностранным языкам. Изучение русской и китайской афористики, содержащей знания о человеческом опыте и представленной изречениями известных русских и китайских мыслителей, ставшими популярными, воспроизводимыми и прецедентными в обеих лингвокультурах, позволяет решать не только лингвистические, методические, но и психологические, педагогические проблемы [1; 2; 3; 4; 5 и др.].

Целью данной работы является рассмотрение комплексных афоризмов, отражающих нормы коммуникативного поведения в русской и китайской лингвокультурах. Анализ языкового материала позволил нам положить в основу нашей классификации афоризмов, тематически связанных с нормами коммуникативного поведения, три аспекта общения, находящие отражение в коммуникативном поведении индивида или группы людей. Иными словами, установлено, что основными содержательными критериями выделения афоризмов, в которых отражены нормы коммуникативного поведения [6; 7], являются:

- 1) информационный — обмен информацией между коммуникантами;
- 2) акциональный — обмен действиями между коммуникантами;
- 3) перцептивный — восприятие, понимание и определенное отношение к коммуниканту.

**КОМПЛЕКСНЫЕ АФОРИЗМЫ** представляют собой афоризмы, в которых отражаются нормы коммуникатив-

ного поведения, реализующиеся в процессе обмена информацией и действиями между партнерами по коммуникации, а также в процессе восприятия, понимания партнера по коммуникации и выражающие определенное отношение к коммуниканту:

- 1) информационно-акциональные;
- 2) перцептивно-акциональные;
- 3) информационно-перцептивные;
- 4) информационно-акционально-перцептивные.

Рассмотрим данные разновидности комплексных афоризмов подробнее.

**1. ИНФОРМАЦИОННО-АКЦИОНАЛЬНЫЕ АФОРИЗМЫ** реализуются в процессе обмена информацией и действиями между партнерами по коммуникации.

**ИНФОРМАЦИЯ (СОДЕРЖАНИЕ) АДРЕСАНТА + ДЕЙСТВИЯ (ГОВОРЕНИЕ + МОЛЧАНИЕ) АДРЕСАНТА С АКЦЕНТОМ НА ИНФОРМАЦИЮ (СОДЕРЖАНИЕ И КАЧЕСТВО)**

**КОММУНИКАТИВНАЯ НОРМА: АДРЕСАНТ МОЛЧИТ, АДРЕСАНТ ГОВОРИТ (СОДЕРЖАНИЕ И КАЧЕСТВО).**

Например, *«Лучше ничего не сказать, чем сказать ничего» (Анатолий Федорович Кони).*

**НИЧЕГО'** 1. 1. см. ничто. 2. нескл., мест. отриц., с последующим отрицанием. То же, что ничто (разг.). Его н. не интересуется. ... (0002; 0007; 1) [8].

**НИЧТО'** [шт], ничего', ничему', ниче'м, ни для чего', ни у чего', ни с че'м, ни о чём. 1. мест. отриц., с последующим отрицанием. Ни один предмет, ни одно явление. Равнодушных людей н. не волнует. Храбреца н. не остановит. Без ничего (прост.) — без какого-н. содержания, без всякого напоминания. Пирог без ничего. ... (0002; 0007; 1) [Там же].

Данный афоризм отражает коммуникативную норму, когда молчание адресанта информативнее и безобиднее, чем бессмысленное говорение. Афоризм представляет собой сравнительную конструкцию «лучше, чем» с использованием словосочетания с компонентом «говорение» в сравнительной степени «лучше ничего не сказать» в значении «лучше промолчать» (компонент «молчание»), а также словосочетания «сказать ничего» в значении «сказать что-либо без содержания, смысла».

**ИНФОРМАЦИЯ (СОДЕРЖАНИЕ) АДРЕСАНТА + ДЕЙСТВИЯ (ГОВОРЕНИЕ + МОЛЧАНИЕ) АДРЕСАНТА С АКЦЕНТОМ НА ДЕЙСТВИЯ (МОЛЧАНИЕ)**

**КОММУНИКАТИВНАЯ НОРМА: АДРЕСАНТ МОЛЧА ОБДУМЫВАЕТ ТО, ЧТО ХОЧЕТ СКАЗАТЬ.**

Например, *«Слово не воробей, так что сиди и не чирикай» (Илья Герчиков).*

**ЧИРИКАТЬ** — болтать, щебетать, посвистывать, говорить [9].

**ЧИРИКАТЬ** -аю, -аешь; несов. 1. О нек-рых птицах: издавать высокие частые звуки, щебетать. Чирикают воробьи. 2. перен. Говорить тонким голосом и быстро (разг.). Чирикающие девицы [10].

**СЛОВО НЕ ВОРОБЕЙ, ВЫЛЕТИТ — НЕ ПОЙМАЕШЬ.** Что сказано, того не воротишь, от того не откажешься. Говорится, когда кого-то ловят на слове, или как сожаление о сказанном, совет обдумывать свои слова. Прежде, чем что-л. сказать, надо хорошенько подумать, чтобы потом не пришлось жалеть о сказанном (<http://www.poskart.ru/slovo-ne-vorobei.html>).

Рассматриваемый афоризм реализует коммуникативную норму, когда адресант молча обдумывает то, что хочет сказать. Афоризм основан на трансформации и контаминации

нескольких прецедентных высказываний, пословиц: «Слово не воробей, вылетит — не поймаешь», «Сиди в окопе и не высывайся/не вякай...», «сиди и молчи». Афоризм содержится в неизменном виде первую часть пословицы «Слово не воробей», что вызывает в русском языковом сознании ассоциации слова с воробьем, который легко издает звуки (чирикает — «чирик-чирик»), то есть звуки легко вылетают, как слова у человека, которые часто не обдумываются адресантом. Данный афоризм понимается носителем русского языка следующим образом: «что сказано, того не воротить, от того не откажешься», «говорится, когда кого-то ловят на слове, или как сожаление о сказанном, совет обдумывать свои слова» (<http://www.poskart.ru/slovo-ne-vorobei.html>). Говорить, вербально общаться с партнером по коммуникации означает общаться при помощи слов. Слово несет информацию, которую произносит адресант, которую получает адресат, воспринимает ее, осознает. Тему совета одного коммуниканта другому продолжает вторая часть афоризма «так что сиди и не чирикай», которая отсылает адресата как носителя русского языка к разговорному выражению «сиди и молчи», выступающее сокращением от аллюзии «Сиди в окопе (и не высывайся)!», реализующей «*требование помолчать, не вмешиваться*» ([http://onlineslovari.com/jivaya\\_rech\\_slovar\\_razgovornyih\\_vyirajeniy/search/?word=%D1%81%D0%B8%D0%B4%D0%B8+%D0%B8+%D0%BC%D0%BE%D0%BB%D1%87%D0%B8&select=jivaya\\_rech\\_slovar\\_razgovornyih\\_vyirajeniy](http://onlineslovari.com/jivaya_rech_slovar_razgovornyih_vyirajeniy/search/?word=%D1%81%D0%B8%D0%B4%D0%B8+%D0%B8+%D0%BC%D0%BE%D0%BB%D1%87%D0%B8&select=jivaya_rech_slovar_razgovornyih_vyirajeniy)). Имеющиеся вариации в русском языке «Сиди в окопе <...> и не вякай (или не чирикай, не высывайся, не высывайся и т.п.) — молчи, <...>; Сиди и не дергайся (или не рыпайся, не квакай, не вякай и т.п.) — будь скромнее, не выставляй свою...» ([http://onlineslovari.com/jivaya\\_rech\\_slovar\\_razgovornyih\\_vyirajeniy/search/?word=%D1%81%D0%B8%D0%B4%D0%B8+%D0%B8+%D0%BC%D0%BE%D0%BB%D1%87%D0%B8&select=slovar\\_russkogo\\_argo](http://onlineslovari.com/jivaya_rech_slovar_razgovornyih_vyirajeniy/search/?word=%D1%81%D0%B8%D0%B4%D0%B8+%D0%B8+%D0%BC%D0%BE%D0%BB%D1%87%D0%B8&select=slovar_russkogo_argo)) усиливают эмоциональный фон путем использования повелительного наклонения синонимичных глаголов 2-го лица единственного числа сидеть и дергаться, высываться, рыпаться, высказываться, вякать, квакать, чирикать (сиди, чирикай...), отрицательной частицы не с глаголом чирикать (не чирикай).

**2. ПЕРЦЕПТИВНО-АКЦИОНАЛЬНЫЕ АФОРИЗМЫ** осуществляются в процессе обмена действиями между партнерами по коммуникации, а также в процессе восприятия, понимания партнера по коммуникации и выражают определенное отношение к коммуниканту.

**ДЕЙСТВИЯ (ГОВОРЕНИЕ) АДРЕСАНТА + ВОСПРИЯТИЕ И ПОНИМАНИЕ АДРЕСАТА.**

**КОММУНИКАТИВНАЯ НОРМА: АДРЕСАНТ ГОВОРИТ, АДРЕСАТ ВОСПРИНИМАЕТ ЕГО НЕГАТИВНО, ТАК КАК АДРЕСАНТ МНОГО И НЕ ПО ТЕМЕ ГОВОРИТ.**

Например, «Разболтанный речевой механизм» (Тамара Клейман).

*РАЗБОЛТАННЫЙ* прил. разг. 1) Нетвердый, расхлябанный (о походке, движении). 2) перен. Лишенный выдержки, неорганизованный, недисциплинированный [11].

**МЕХАНИЗМЫ РЕЧИ** — условное название системы психофизиологических предпосылок, позволяющих человеку строить осмысленные высказывания и понимать чужую речь. В основе М.р. лежат функциональные физиологические системы, складывающиеся у человека в процессе его индивидуального развития под активным воздействием предметной деятельности и общения с др. людьми и невозможные без некоторых врожденных способностей и умений (например, правильной координации артикуляции, слогаобразования

и дыхания). Принцип системной локализации речевых функций в коре больших полушарий головного мозга обеспечивает возможность различной психофизиологической обусловленности одних и тех же (по языковой структуре) речевых высказываний [12].

В предложенном афоризме реализуется коммуникативная норма, заключающаяся в том, что адресант говорит, адресат воспринимает его негативно, так как адресант говорит много и не по теме. Чрезмерное бессмысленное общение, без умения выслушать партнера по коммуникации вредит адресанту, отталкивает от него адресата. Адресат воспринимает адресанта болтуном, несерьезным человеком, лишенным выдержки, неорганизованным, недисциплинированным, на которого нельзя положиться, которому нельзя доверять, так как он может только болтать. Именно для привлечения внимания к перечисленным качествам адресанта автор афоризма выбрал прилагательное «разболтанный», характеризуя речевой механизм адресанта.

**ДЕЙСТВИЯ (ГОВОРЕНИЕ) АДРЕСАНТА + (СЛУШАНИЕ) АДРЕСАТА + ВОСПРИЯТИЕ И ПОНИМАНИЕ АДРЕСАТА.**

**КОММУНИКАТИВНАЯ НОРМА: АДРЕСАТ СЛУШАЕТ, ВОСПРИНИМАЕТ И ПОНИМАЕТ АДРЕСАНТА.**

Например, «Единственный человек, которому я внимаю с открытым ртом, мой стоматолог» (Сергей Федин).

**ВНИМАТЬ** см. **ВНЯТЬ** буд. вр. не употр.; *внял, - а, - о; сов., кому-чему. 1. То же, что услышать (см. слышать в 1 знач.) (устар. высок.). В. дальний звук. 2. Отнестись к чему-н. со вниманием (высок.). В. чьей-н. просьбе. В. голосу рассудка (поступить разумно). В. чым-н. мольбам. || несов. *внимать, - аю, - аешь; - ая и (устар.) внемлю, - лешь; внемли и внемлю;* *внемлющий* [10].*

**С ОТКРЫТЫМ РТОМ** разг. экспрес. *Очень внимательно, с огромным интересом (слушать). С открытым ртом слушал я дядю Левонтия. Он как-то даже приосанился во время речи, и понял я, что должность у дяди Левонтия не меньше десятника, а то и выше хватай (В. Астафьев. Последний поклон)* [13].

Данный афоризм раскрывает коммуникативную норму, согласно которой адресат слушает, воспринимает и понимает адресанта. Автор афоризма усиливает эмоциональное напряжение при помощи добавления к глаголу *внимать* в значении «*слушать внимательно, услышать*» разговорного фразеологизма «*с открытым ртом*», означающего «*очень внимательно, с огромным интересом слушать кого-л.*». Восприятие партнера по коммуникации с удовольствием, желание его слушать очень внимательно, с огромным интересом и понимать, выказывать к нему хорошее отношение — это норма общения. Однако адресат не всегда ее соблюдает, только по необходимости, если адресату что-то нужно от адресанта. Приведенный пример как раз и указывает в юмористической форме на один из случаев подобной необходимости (адресат слушает своего стоматолога), которая помогает услышать то, что раньше не смог бы услышать адресат из-за своих убеждений или некорректного поведения в отношении адресанта, нежелания его слушать и т.п.

**3. ИНФОРМАЦИОННО-ПЕРЦЕПТИВНЫЕ АФОРИЗМЫ** реализуются в процессе обмена информацией между партнерами по коммуникации, а также в процессе восприятия, понимания партнера по коммуникации и выражают определенное отношение к коммуниканту.

**ОБМЕН ИНФОРМАЦИЕЙ (СОДЕРЖАНИЕ, МЫСЛИ АДРЕСАНТА И АДРЕСАТА) (КОЛИЧЕСТВО) + АКЦЕНТ НА ВОСПРИЯТИЕ АДРЕСАТА.**

**КОММУНИКАТИВНАЯ НОРМА: КОММУНИКАНТЫ ЗНАЮТ ДРУГ О ДРУГЕ ЧТО-ЛИБО, ЧТО СПОСОБСТВУЕТ ИЛИ ПРЕПЯТСТВУЕТ ОБЩЕНИЮ.**

Например, «Слишком много или слишком мало знать друг друга одинаково мешает сближению» (Лев Николаевич Толстой).

**МЕШАТЬ**, - аю, - аешь; несов., кому-чему или с неопр. Создавать препятствия в чём-н., служить помехой. М. работать... [10].

**СБЛИЖЕНИЕ**, сближения, ср. (книжн.). 1. Действие по глаг. сблизить-сближать. Сближение разнородных понятий. 2. Действие и состояние по глаг. сблизиться-сближаться. Сближение соседних стран. Частые встречи содействуют сближению [Там же].

Рассматриваемый афоризм реализует коммуникативную норму, которая состоит в том, что партнеры по коммуникации знают друг о друге какую-либо информацию, что способствует или препятствует их общению. Слишком много или просто много информации убивает интерес к человеку, мало информации не позволяет достаточно его узнать, чтобы доверять.

**4. ИНФОРМАЦИОННО-АКЦИОНАЛЬНО-ПЕРЦЕПТИВНЫЕ АФОРИЗМЫ** осуществляются в процессе обмена информацией и действиями между партнерами по коммуникации, а также в процессе восприятия, понимания партнера по коммуникации и выражают определенное отношение к коммуниканту.

**ОБМЕН ИНФОРМАЦИЕЙ (СОДЕРЖАНИЕ) АДРЕСАНТА + ОБМЕН ДЕЙСТВИЯМИ (ГОВОРЕНИЕ) АДРЕСАНТА + ВОСПРИЯТИЕ И ПОНИМАНИЕ (АДРЕСАТА).**

**КОММУНИКАТИВНАЯ НОРМА: КОММУНИКАНТЫ ГОВОРЯТ, СЛУШАЮТ, ВОСПРИНИМАЮТ И ПОНИМАЮТ ДРУГ ДРУГА, ОТНОСЯТСЯ ДРУГ К ДРУГУ С УВАЖЕНИЕМ И ЛЮБОВЬЮ.**

Например,

颜渊问「仁」  
颜渊曰：“请问其目？”  
子曰：“非礼勿视，非礼勿听，非礼勿言，非礼勿动。”—春秋·孔子

**Янь Юань** интересовался вопросами «жэнь» (гуманностью).

**Янь Юань** спросил: «Что это такое?»

**Конфуций** ответил: «На то, что не соответствует правилам (ритуалу, церемонии), не смотри, то, что не соответствует правилам, не слушай, то, что не соответствует правилам, не говори, то, что не соответствует правилам, не делай» (период Чунью, Весна-Осень, Кунцзы) (Мысли Конфуция «Жэнь») [14].

“仁” («Жэнь», Rén) — «человеческое начало», «любовь к людям», «человеколюбие», «милосердие», «гуманность» как ядро конфуцианства, самый высокий уровень мысли конфуцианства. Это человеческая доброта, любовь к простым людям, сыновняя почтительность к родителям, уважение и любовь к старшим, к братьям, верность, вежливость, воспитанность, прощение, мужество и др. (<http://www.abirus.ru/content/564/623/625/647/11954/12079.html>). Коммуникативная норма заключается в том, чтобы в общении коммуниканты ценили человеческое право и чувства друг друга. Следовать Жэнь в коммуникации — значит руководствоваться сочувствием и любовью к людям.

子贡问曰：“有一言而可以终身行之者乎？”

子曰：“其恕乎！己所不欲，勿施于人。”（孔子）

Однажды его ученик Цзы Гун спросил: «Можно обоб-

щить нормы коммуникативного поведения целой жизни в одном слове?»

**Учитель** сказал: «Наверное, это можно выразить в «Шу». То есть не делайте другим того, чего себе не пожелаете» (Конфуций (Кун-Цзы)) [Там же].

Шу (забота о людях) — норма коммуникативного поведения, морали, которую выдвинул впервые Конфуций (Кун-Цзы), то есть представление себя на месте других людей, «взаимность», «способ осуществления человеколюбия». Это важная мысль конфуцианства, важный принцип “仁” (жэнь). Мысли Конфуция “仁” (жэнь) и его известные афоризмы (<http://www.abirus.ru/content/564/623/625/647/11954/12079.html>). Мысли Конфуция направляют коммуникантов ценить человеческое право, ценить чувства других людей.

**ОБМЕН ИНФОРМАЦИЕЙ (СОДЕРЖАНИЕ, МЫСЛИ АДРЕСАНТА) + ОБМЕН ДЕЙСТВИЯМИ МЕЖДУ ПАРТНЕРАМИ (ГОВОРЯТ АДРЕСАНТ, СЛУШАЕТ И ВОСПРИНИМАЕТ АДРЕСАТ) + АКЦЕНТ НА ВОСПРИЯТИЕ АДРЕСАТА.**

**КОММУНИКАТИВНАЯ НОРМА: АДРЕСАНТ ВЕРБАЛИЗУЕТ МЫСЛЬ, ПЕРЕДАЕТ АДРЕСАТУ, АДРЕСАТ ВОСПРИНИМАЕТ МЫСЛЬ. МЫСЛЬ В ОБЩЕНИИ КОЛИЧЕСТВЕННО И КАЧЕСТВЕННО ИЗМЕНЯЕТСЯ.**

Например, «Общение — искаженное восприятие искаженных мыслей» (Сергей Федин).

**ВОСПРИЯТИЕ**, я, ср. 1. см. воспринять. 2. Форма чувственного отражения действительности в сознании, способность обнаруживать, принимать, различать и усваивать явления внешнего мира и формировать их образ. Законы восприятия [10].

**МЫСЛЬ**, и, ж. 1. Мыслительный процесс, мышление. Сила человеческой мысли. 2. То, что явилось в результате размышления, идея. Интересная м. 3. То, что заполняет сознание, дума. М. о сыне. Иметь в мыслях что-н. 4. мн. Убеждения, взгляды. Быть одних мыслей с кем-н. 5. мысль! Хорошая идея, хорошо придумано (разг.). Встретиться с друзьями - это м. || прил. мысленный, - ая, - ое (к 1, 2 и 3 знач.; устар.) [Там же].

**ИСКАЖЁННЫЙ**, искажённая, искажённое; искажён, искажена, искажено (книжн.). 1. Прич. страд. прои. вр. от исказить. Статья, искаженная цензором. 2. только полн. формы. Совершенно неправильный, переименованный, извращенный. Искажённый смысл. Искажённые слова. 3. только полн. формы. Изменившийся от судорожных подергиваний. Искажённое от злости лицо. искажу, искажусь, искажишь, искажишься. Буд. вр. от исказить, исказиться [Там же].

Общение — это звуковое выражение мыслей человека, его качество зависит от качества мыслей человека. Общение происходит между двумя коммуникантами. Объем информации, передаваемой одним партнером по коммуникации, при восприятии другим партнером коммуникации подвергается количественному и качественному изменению, то есть мысль первого коммуниканта только частично вербализуется, далее при передаче второму коммуниканту возможна потеря смысла из-за индивидуальных особенностей восприятия и затем понимания вторым коммуникантом сказанного. Данный афоризм соответствует речевой норме, так как слово «искаженный», определяющее понятия «мысль» и «восприятие», означает «совершенно неправильный, переименованный, извращенный». Автор афоризма понимает общение как взаимодействие двух партнеров по коммуникации, при котором одним коммуникантом передается неполная информация другому коммуниканту, воспринимается им не в полном объеме, что соответствует речевой норме.

**ОБМЕН ДЕЙСТВИЯМИ (МОЛЧАНИЕ) + ОБМЕН ИНФОРМАЦИЕЙ + ВОСПРИЯТИЕ И ПОНИМАНИЕ (с акцентом на качество).**

**КОММУНИКАТИВНАЯ НОРМА: ХОТЯ АДРЕСАНТ И АДРЕСАТ МОЛЧАТ, ОНИ ПОНИМАЮТ ДРУГ ДРУГА. ЭТО ВЫСШИЙ КОММУНИКАТИВНЫЙ УРОВЕНЬ.**

Например, *«Лучшее общение — это молчание» (Ирина Мозговая).*

**ОБЩЕНИЕ**, - я, ср. *Взаимные сношения, деловая или дружеская связь. Тесное, дружеское, непринуждённое о. О. с людьми. О. с природой (перен.). (0053; 0467; 1) [8].*

**МОЛЧАНИЕ**, - я, ср. 1. *Отсутствие речи, ответа на что-н. Ответить собеседнику молчанием. Многозначительное м. М. в ответ на просьбу. Его спрашивают, но в ответ только м. Слово - серебро, м. - золото (посл.) [15].*

Рассматриваемый афоризм отражает коммуникативную норму высшей степени восприятия и понимания в коммуникации — при молчании. Не только говорение передает информацию от адресанта адресату. Молчание тоже считается одним из видов коммуникативного поведения в процессе общения между коммуникантами. Бывает, когда ты молчишь, тебя больше и лучше понимают, чем когда говоришь. Мысль (например, адресант не знает, что сказать дальше, или не хочет продолжать разговор) и чувство, состояние, эмоция (скромный, недовольный, неприятный, возмущенный, уставший и др.) первого коммуниканта могут быть переданы второму коммуниканту при молчании, а также иногда в молчании, сопровождающемся невербаликой.

**ОБМЕН ИНФОРМАЦИЕЙ + ОБМЕН ДЕЙСТВИЯМИ МЕЖДУ КОММУНИКАНТАМИ (говорение и слушание) + ВОСПРИЯТИЕ И ПОНИМАНИЕ**

**КОММУНИКАТИВНАЯ НОРМА: АДРЕСАНТ И АДРЕСАТ НЕ ОДИНОКИ, КОГДА ОБЩАЮТСЯ.**

Например, *«Единственная болезнь, которая проходит от контактов с людьми, — это одиночество» (Сергей Федин).*

**ОДИНОЧЕСТВО**, а, ср. *Состояние одинокого человека. Скучать в одиночестве [10].*

**ОДИНОКИЙ**, одинокая, одинокое; одинок, одинока, одиноко. 1. *Один без других; отделенный от других, себе подобный. Одинокий хутор. «С того берега раздался одинокий выстрел». А. Н. Толстой. Одиноко (нареч.) расположенная деревня. ... 3. Не имеющий семьи, родственников, близких. «Жил некто, человек безродный, одинокий». Крылов. «Я одинок и не имею даже знакомых». Чехов. «Одинокий, потерянный, я, как в пустыне, стою». Некрасов. || Не имеющий единомышленников, соратников, сподвижников. Одинокий мыслитель. 4. в знач. суц. одинокий, одинокого, муж., одинокая, одинокой, жен. Бессемейный человек. Комната для одинокого [15].*

**БОЛЕЗНЬ**, и, ж. *Расстройство здоровья, нарушение деятельности организма. Детские болезни. Заразная б. Болезни растений. Болезни роста (перен.: трудности, возникающие при становлении, освоении чего-н. нового) [10].*

**КОНТАКТ**, а, м. 1. *Соприкосновение, соединение (спец.). Электрический к. Тектонический к. (в земной коре). 2. Деловая связь, согласованность в действиях. Торгово-экономические контакты. Войти в к. с кем-н. Действовать в контакте с кем-н. 3. Непосредственное общение, соприкосновение с кем-н. К. с больным. ... [Там же].*

Данный афоризм противоречит коммуникативной норме, утверждающей, что коммуниканты не одиноки, если они непосредственно общаются, если они контактируют, взаимодействуют друг с другом. Одиночество называется автором

афоризма болезнью, то есть расстройством здоровья, нарушением деятельности организма, которое вытекает из общения между людьми. Одиночество понимается как состояние одинокого человека, то есть человека, который существует один без других, отделенный от других себе подобных, не имеющих родственников, семьи, близких, единомышленников, соратников, сподвижников, то есть не имеющих контактов с людьми. На первый взгляд это противоречит заключению автора афоризма, что одиночество происходит от контактов с людьми. Но на самом деле автор подразумевает, что человеку есть с кем общаться, он общается с людьми, которые не доставляют радости коммуникативного взаимодействия, либо его не понимают и отвергают, либо чрезмерно навязчивы в общении, что раздражает данного коммуниканта, поэтому он предпочитает уединиться, чтобы отдохнуть от общения с людьми. Одиночество — лекарство от слишком чрезмерного общения.

**ОБМЕН ИНФОРМАЦИЕЙ (СОДЕРЖАНИЕ) + ОБМЕН ДЕЙСТВИЯМИ МЕЖДУ КОММУНИКАНТАМИ (говорение и слушание) + ВОСПРИЯТИЕ И ПОНИМАНИЕ.**

**КОММУНИКАТИВНАЯ НОРМА: НЕПОХОЖИЕ НА ДРУГИХ КОММУНИКАНТЫ ПЕРЕДАЮТ ДРУГ ДРУГУ ВОСПРИНИМАЕМУЮ И ПОНИМАЕМУЮ ЧАСТЬ ТОЛЬКО ИМИ ИНФОРМАЦИЮ.**

Например, *«И белые вороны собираются в стаи» (Сергей Федин).*

**БЕЛАЯ ВОРОНА**, разг. *Редкий, необычный по своим качествам человек, резко выделяющийся среди других людей [16].*

Данный афоризм ярко иллюстрирует коммуникативную норму, раскрывающую многообразие коммуникации, индивидуальность коммуникантов (адресанта и адресата). Автор афоризма подчеркивает, что всегда найдутся индивиды с одинаковыми, понятными только им идеями, мыслями, с интересующей только их информацией, тем самым они притягиваются друг к другу на коммуникативном и межличностном уровне, объединяются в коммуникативные группы по интересам.

**ОБМЕН ИНФОРМАЦИЕЙ + ОБМЕН ДЕЙСТВИЯМИ МЕЖДУ ПАРТНЕРАМИ (говорит, кричит, слушает, слышит с акцентом на качество) + ВОСПРИЯТИЕ И ПОНИМАНИЕ (воспринимает и понимает с акцентом на качество).**

**КОММУНИКАТИВНАЯ НОРМА: АДРЕСАНТ ГОВОРИТ ЭМОЦИОНАЛЬНО ГРОМКО, АДРЕСАТ СЛЫШИТ ХУЖЕ, ТО ЕСТЬ ХУЖЕ ВОСПРИНИМАЕТ.**

Например, *«Чем громче говоришь, тем хуже тебя слышат» (Ольга Анина).*

**ГРОМКИЙ**, прил. 1) *Сильно звучащий, хорошо слышимый (противоп.: тихий). 2) перен. Получивший широкую известность, огласку. 3) перен. разг. Излишне торжественный, высокопарный [11].*

**Громче** — сравнительная степень от прилагательного «громкий».

Приведенный афоризм отражает коммуникативную норму качества произнесения информации, которое влияет на качество восприятия и понимания информации. Когда люди недовольны друг другом и ссорятся, их сердца отдаляются. Коммуниканты отдаляются друг от друга также в тех случаях, когда один из них не слушает другого, говорит о своем, пытается настоять на своем, повышая голос. В таком случае нарушается коммуникативная норма равноправия и взаимоуважения адресанта и адресата. Для того чтобы преодолеть образовавшееся расстояние между коммуникантами и услышать друг друга, им приходится кричать. Когда адресант кричит, то адресат его слушает, но теряет интерес, поэтому хуже слышит. Чем

сильнее сердятся коммуниканты, тем громче кричат. Другой вариант реализации коммуникативной нормы: когда коммуниканты расположены друг к другу, уважительно относятся друг к другу, возможно, влюблены, они не кричат, напротив, говорят тихо, потому что их сердца и мысли находятся очень близко и расстояние между ними совсем маленькое. Они даже только смотрят друг на друга и все понимают без слов. Китайская и русская пословицы гласят: **最响亮的呐喊 – 沉默。** / Самый громкий крик — тишина.

Итак, в результате проведенного анализа выявленных нами афоризмов, отражающих нормы коммуникативного поведения, мы рассмотрели наиболее многочисленную группу афоризмов — «комплексные афоризмы». Были установлены и описаны следующие разновидности комплексных афоризмов: информационно-акциональные, перцептивно-акциональные, информационно-перцептивные, информационно-акционально-перцептивные, выделенные на основе комбинирования информационного, акционального, перцептивного критериев. Данные критерии позволили нам расшифровать сложные формы афоризмов о нормах коммуникативного поведения русских и китайцев, что способствует достижению взаимопонимания при обучении иностранному языку, в повседневном и деловом общении, решает образовательные, воспитательные, методические задачи в межкультурной коммуникации. Благодаря выявленным

афоризмам о нормах коммуникативного поведения в русской и китайской лингвокультурах стимулируется мыслительная деятельность носителей языка. Анализ описанных афоризмов раскрывает образную проблемную ситуацию о нормах коммуникативного поведения, облегчает познавательную, образовательную деятельность коммуникантов. Дидактический характер афоризмов о нормах коммуникативного поведения оказывает влияние на оперирование коммуникантами мысленными образами в процессе межкультурного познания действительности, коммуникативных особенностей разных лингвокультур. Результаты данного исследования имеют несомненную теоретическую значимость и практическую ценность, поскольку вносят вклад в разработку культурно-мировоззренческих и коммуникативно-дидактических концепций реализации программ, проектов и мероприятий просветительского характера о нормах коммуникативного поведения в разных лингвокультурах (конференций, обучающих и творческих семинаров и т. д.), в дальнейшую научную работу о функционировании афоризмов в межкультурной коммуникации, а также в создание методической базы для воспитательной работы с подрастающим поколением с целью развития познавательной, мыслительной, этико-эстетической, коммуникативной деятельности детей и молодежи в процессе овладения родным или иностранным языком.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Желтухина М. Р. Роль информации в медиадискурсе // Вестник ЦМО МГУ. Филология. Культурология. Педагогика. Методика. 2010. № 3. С. 12—18.
2. Желтухина М. Р. Тропологическая суггестивность массмедиадискурса: монография. М. — Волгоград: Ин-т языкознания РАН: Изд-во ВФ МУПК, 2003. 656 с.
3. Желтухина М. Р., Морозова К. В. Алгоритм создания инфографики и ее интенциональность // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2013. № 3 (24). С. 228—231.
4. Карасик В. И. Речевое поведение и типы языковых личностей // Массовая культура на рубеже XX—XXI веков: Человек и его дискурс: сб. науч. тр. / под ред. Ю. А. Сорокина, М. Р. Желтухиной; ИЯ РАН. М.: Азбуковник, 2003. С. 24—45.
5. Красных В. В. Коды и эталоны культуры (приглашение к разговору) // Язык, сознание, коммуникация. М., 2001. Вып. 19. С. 5—21.
6. Желтухина М. Р., Бай Юй. Критерии дифференциации афоризмов, отражающих нормы коммуникативного поведения // Вестник ЦМО МГУ. Филология. Культурология. Педагогика. Методика. 2014. № 2. С. 72—80.
7. Стернин И. А. Понятие коммуникативного поведения и проблемы его исследования // Русское и финское коммуникативное поведение. Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. С. 4—20.
8. Семантический словарь [Электронный ресурс]. URL: <http://lexrus.ru/search.aspx?s=0&p=2865> (дата обращения: 27.04.2014).
9. Абрамов Н. Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений: Около 5000 синонимических рядов. Более 20000 синонимов / 7-е изд., стереотип. М.: Русские словари, 1999. 432 с.
10. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова, Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова РАН. 4-е изд., доп. М.: Азбуковник, 1999. 944 с.
11. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный / Т. Ф. Ефремова. М.: Рус. яз., 2000. Т. 1: А—О. 2000. 1209 с. Т. 2: П—Я. 2000. 1088 с.
12. Большая советская энциклопедия: в 30 т. М.: Сов. энциклопедия, 1969—1978 [Электронный ресурс]. URL: <http://slovari.yandex.ru/~книги/БСЭ> (дата обращения: 27.03.2014).
13. Федоров А. И. Фразеологический словарь русского литературного языка. М.: Астрель: АСТ, 2008. 880 с.
14. **孔子及其弟子, 论语, 战国初期**
15. Толковый словарь русского языка: в 4 т. / под ред. Д. Н. Ушакова. М.: Сов. энциклопедия; ОГИЗ (Т. 1); Гос. изд-во иностр. и нац. словарей (Т. 2—4), 1935—1940.
16. Большой словарь русских поговорок / В. М. Мокиенко, Т. Г. Никитина. М.: Олма Медиа Групп, 2007. 784 с.

## REFERENCES

1. Zheltukhina M. R. The Role of Information in the Media Discourse // Bulletin of the CIE MSU. Philology. Cultural Science. Pedagogics. Methods. 2010. № 3. P. 12—18.
2. Zheltukhina M. R. Topological Suggestiveness of the Mass Media Discourse: monograph. M. — Volgograd: Inst. of Linguistics of the Russian Academy of Sciences: Publishing House of VF MUPK, 2003. 656 p.

3. Zheltukhina M. R., Morozova K. V. Algorithm for Creating Infographics and its Intentionality // Business. Education. Law. Bulletin of the Volgograd Business Institute. 2013. № 3 (24). P. 228—231.
4. Karasik V. I. Speech Behavior and Types of Language Persons // Mass Culture at a Turn of the XX—XXI Centuries: Person and his Discourse: Collec. of Scientific Articles / ed. by Yu. A. Sorokin, M. R. Zheltukhina; Inst. of Linguistics of the Russian Academy of Sciences. M.: Azbukovnik, 2003. P. 24—45.
5. Krasnykh V. V. Codes and Standards of Culture (the Invitation to Conversation) // Language. Consciousness. Communication. M., 2001. Vol. 19. P. 5—21.
6. Zheltukhina M. R., Bai Yu. Aphorisms' Differentiation Criteria Reflecting Communicative Behavior Norms // Bulletin of the CIE MSU. Philology. Cultural Science. Pedagogics. Methods. 2014. № 2. P. 72—80.
7. Sternin I. A. The Notion of Communicative Behavior and Problems of its Research // Russian and Finnish Communicative Behavior. Voronezh: Publishing House of VSTU, 2000. P. 4—20.
8. Semantic Dictionary [Electronic resource]. URL: <http://lexrus.ru/search.aspx?s=0&p=2865> (date of viewing: 27.04.2014).
9. Abramov N. Dictionary of the Russian Synonyms and Expressions, Similar on Sense: About 5000 Synonymic Rows. More than 20000 Synonyms / 7th ed., stereot. M.: Russian Dictionaries, 1999. 432 p.
10. Explanatory Dictionary of Russian: 80000 Words and Phraseological Expressions / S. I. Ojegov, N. Yu. Shvedova; Inst. of Russian Language named after V. V. Vinogradov of the Russian Academy of Sciences. 4 ed., addit. M.: Azbukovnik, 1999. 944 p.
11. New Dictionary of Russian. Explanatory and Derivational / T. F. Efremova. M.: Russian Language, 2000. B. 1: A—O. 2000. 1209 p. B. 2: P—Ya. 2000. 1088 p.
12. Big Soviet Encyclopedia: In 30 books. M.: Soviet Encyclopedia, 1969—1978 [Electronic resource]. URL: <http://slovari.yandex.ru/~book/BSE> (date of viewing: 27.03.2014).
13. Fyodorov A. I. Phraseological Dictionary of the Russian Literary Language. M.: Astrel: AST, 2008. 880 p.
14. 孔子及其弟子, 论语, 战国初期
15. Explanatory Dictionary of Russian: In 4 books / ed. by D. N. Ushakov. M.: Soviet Encyclopedia; OGIz (Vol. 1); State Publishing House of foreign and national dictionaries (V. 2—4), 1935—1940.
16. Big Dictionary of the Russian Sayings / V. M. Mokiyeiko, T. G. Nikitina. M.: Olma Media Group, 2007. 784 p.

**УДК 378**  
**ББК 74.58**

**Ivasyuk Olga Alekseevna**,  
post-graduate student of the department of pedagogy  
and psychology of Ugra State University,  
Khanty-Mansiysk,  
e-mail: [ivasiukolgaalekseevna@gmail.ru](mailto:ivasiukolgaalekseevna@gmail.ru)

**Ивасюк Ольга Алексеевна**,  
аспирант кафедры педагогики и психологии  
Югорского государственного университета,  
г. Ханты-Мансийск,  
e-mail: [ivasiukolgaalekseevna@gmail.ru](mailto:ivasiukolgaalekseevna@gmail.ru)

## **ИЗУЧЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНО ЗНАЧИМЫХ КАЧЕСТВ ЛИЧНОСТИ СТУДЕНТОВ ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СООТВЕТСТВИИ С НОВЫМИ ФГОС**

### **RESEARCH OF PROFESSIONALLY SIGNIFICANT QUALITIES OF THE STUDENTS PERSONALITY OF PSYCHO-PEDAGOGICAL EDUCATION ACCORDING TO NEW FSES**

*В статье рассмотрены профессионально значимые качества личности (ПЗКЛ) педагога-психолога, их классификации в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки «Психолого-педагогическое образование». Выделены личностные качества и профессиональные компетенции педагога по блокам: образованность, личностные качества, организаторские качества. Предложен вариативно ранговый набор профессионально значимых качеств личности педагога-психолога. Представлены результаты изучения профессионально значимых качеств личности педагога-психолога у студентов — выпускников психолого-педагогического образования. Предложено осуществлять актуализацию ПЗКЛ педагога-психолога в учебном процессе по направлениям: когнитивное направление, мотивационное направление, операционное направление.*

*The professionally meaningful qualities of personality (PZKL) of educational psychologist, their classification in accordance with the requirements of the Federal State educational standards of higher vocational education in the training course 'Psycho-*

*pedagogical education' are examined in the article. Personal qualities and professional competences of a teacher are identified by blocks: level of education, personal qualities, organizational qualities. An optional rank set of professionally significant qualities of an educational psychologist is proposed. The results of examination of professionally significant qualities of an educational psychologist of students graduated from pedagogic-psychological education are provided. It is proposed to update PZKL of an educational psychologist during the training process by the following trends: cognitive education, incentive and operational trends.*

*Ключевые слова: образование, образовательные стандарты, психолого-педагогическое образование, педагог-психолог, личность студента, результаты обучения, компетенции, профессиональная компетентность, личностные качества, профессионально значимые личностные качества.*

*Keywords: education, educational standards, psycho-pedagogical education, educational psychologist, identity of student, learning outcomes, competences, professional competence, personal qualities, professionally-significant personal qualities.*