

формы гражданской активности, которые осуществляются добровольно на общее благо, не ожидая финансового вознаграждения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Волонтер и общество. Волонтер и власть: Научно-практический сборник / сост. С.В. Тетерский. – М.: АCADEMIA, 2000. – С. 56–57.

2. Кононова Т.Б. Очерки истории благотворительности: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки и специальности «Социальная работа». – М.: Дашков и К, 2005. – 337 с.

3. Сорокин О. В. Инновационный потенциал молодежи как фактор модернизации общества //Социология в системе научного управления: материалы IV Всерос. социол. конгресса. М.: ИС РАН, 2012. С. 2098–2099.

УДК 316.454.5

Студ. М.И. Медведева
Науч. рук. доц. Н.И. Шишкина
(кафедра редакционно-издательских технологий, БГТУ)

ПРИЧИНЫ КОММУНИКАТИВНЫХ ОШИБОК

Коммуникативная ошибка в литературе обозначается неудачей и трактуется как полное или частичное непонимание высказывания участником коммуникации, т. е. неосуществление или неполное осуществление коммуникативного намерения говорящего или пишущего [1]. Причины данных неудач изучены с разных точек зрения представителями многих наук, в том числе лингвистами: Е. В. Падучевой, С. А. Сухих, Л. В. Чайкой и др. Многие классификации составлены российскими учеными, среди которых стоит выделить Б. Ю. Городецкого, О. П. Ермакову, Е. А. Земскую.

Согласно типологии Б. Ю. Городецкого выделяется два вида источников коммуникативных неудач: «отдаленные», то есть рассеянность коммуниканта, предвзятость, мнительность, необычность темы, и «ближайшие», т.е. нарушения в рамках какого-либо компонента коммуникативного акта [2].

Исследователь О. П. Ермакова отмечает, что при равной ответственности участников коммуникации корректнее выделять коммуникативные неудачи, порождаемые: устройством языка (лексическая неоднозначность, неоднозначность словоформ и синтаксических конструкций, неточная референция); различиями говорящих (лексические окказионализмы, жаргонизмы, просторечия, различия в индивидуальных свойствах говорящих, различия актуализируемой конситуации);

прагматическими факторами (неправильное понимание иллокутивно-го намерения говорящего; коммуникативные неудачи, возникающие в манипулятивных речевых актах, реакция на дескрипцию) [3].

Культурные особенности, незнание реалий, другая манера поведения и недостаточное владение средствами общения делают коммуникацию более сложной. На основании обзора коммуникативных неудач в более широкой (по сравнению с лингвистическими исследованиями) перспективе, выдвигается теория, что настоящей причиной коммуникативных неудач является, как правило, неадекватный реципиент-дизайн – приспособление речевых актов к ментальному миру собеседника, с которым осуществляется коммуникация.

С. И. Виноградов выделяет следующие неблагоприятные факторы, приводящие к коммуникативной неудаче: чуждая коммуникативная среда; ритуализирование живого речевого общения; нарушение правила кооперации, солидарности, релевантности; неоправданные коммуникативные ожидания слушателя. Также, по мнению автора, к непониманию может привести различие схем поведения участников диалога, что находит отражение в несвязности частей диалога, в нереализованной коммуникативной валентности реплик, неоправданных паузах [4].

Т. Н. Воронина в качестве факторов, чаще всего способствующих возникновению коммуникативной неудачи, отмечает отрицательное психологическое состояние собеседников. Появлению коммуникативной неудачи также способствуют неподготовленность, спонтанность речи, ее эмоциональность, частая импульсивность общения [5]. Следует отметить, что классификация коммуникативных неудач по источникам предполагает коммуникативные неудачи, причиной которых является сам коммуникант, и коммуникативные неудачи, вызванные обстоятельствами коммуникативного акта.

Из всего выше перечисленного можно сделать как минимум два вывода:

1. Коммуникативные неудачи имеют, как правило, сложное происхождение и, за исключением тривиальных (а потому и не представляющих большой проблемы) случаев, редко могут быть объяснены какой-то одной причиной.

2. Коммуникативная неудача связана с нарушением речевой нормы и бывает трудноотличима от неожиданно-творческого и в этом смысле удачного использования речи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Новый словарь методических терминов и понятий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://methodological_terms.-academic.ru/. – Дата доступа: 02.04.2022.

2. Городецкий, Б. Ю. К типологии коммуникативных неудач / Б. Ю. Городецкий, И. М. Кобозева, И. Г. Сабурова // Диалоговое взаимодействие и представление знаний: сб.ст. – Новосибирск, 1985. – С. 64–78.

3. Земская, Е. А. К построению типологии коммуникативных неудач / Е. А. Земская, О. П. Ермакова // Русский язык в его функционировании : коммуникативно-прагматический аспект: сб. ст. – М., 1993. – С. 36–64.

4. Виноградов, С. И. Культура русской речи / С. И. Виноградов. – М. : Издательская группа НОРМА-ИНФРА, 2006. – 549 с.

5. Воронина, Т. Н. Причины коммуникативных неудач / Т. Н. Воронина // Вузовская наука Северо-Кавказскому региону: материалы VII регион. науч.-техн. конф. – Ставрополь : Сев.-Кавказ. гос. техн. ун-т, 2003. – С. 15–23.

УДК 33.339

Студ. В.Н. Блажевич
Науч. рук. доц. Н.И. Шишкина
(кафедра редакционно-издательских технологий, БГТУ)

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ УВД В СУВЕНИРНОЙ И КОРПОРАТИВНОЙ ПРОДУКЦИИ

Для сравнительного анализа сувенирной и корпоративной продукции были выбраны следующие предприятия: «УВД Минского исполнительного комитета», «УВД Брестского исполнительного комитета», «УВД Витебского исполнительного комитета». Выводы сделаны после анализа открытых источников.

Анализ осуществлялся по следующим критериям:

- соответствие элементов фирменного стиля направлению деятельности;
- наличие элементов фирменного стиля;
- многообразие носителей фирменного стиля.

Первым критерием для анализа является «соответствие элементов фирменного стиля направлению деятельности». Традиционно фирменный стиль включает следующие элементы:

- логотип;
- фирменные графические элементы;
- цвет или комбинация цветов;
- шрифты;

Логотип является центральным элементом фирменного стиля и главным способом для человека быстро идентифицировать сферу