

М.К. Тулегенова^{*1}, Ж.Н. Жунусова¹, Х. Вальтер²

¹Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан;

²Университет им. Эрнста Морица Арндта, Грайфсвальд, Германия
(E-mail: mail.rumadina@mail.ru, zhanyl08@mail.ru, walter@uni-greifswald.de)

Профессиональный социолект как социально-детерминированная подсистема литературного языка

Оригинальность статьи проявляется в том, что в ней по-новому осуществляется подход к выявлению особенностей профессионального социолекта, детерминированного разнообразными социальными факторами, рассматриваются их виды и соответствующие им языковые варианты. В центре исследования — специализированная подсистема языка социально парциальной группы говорящих в их профессиональной сфере деятельности, которая используется в соответствии с ситуационными переменными: социальная роль, социальные отношения. Содержание работы составили сведения, касающиеся выделения языкового варианта, — профессионального социолекта, имеющего следующие социальные признаки: детерминированность стратификационными, ситуативными и коммуникативными переменными (адресат, адресант, цель речевого акта, цель коммуникации и др.); использование профессионалами рече-языковых вариантов в акте коммуникации, в речевой деятельности коммуникантов в ходе специализированной деятельности в виде языкового кода, отражающего специфику деятельности говорящих и фиксирующего их профессиональный опыт; выделение парциальных групп и социальных факторов; характеристика профессиональной лексики исследуемого социолекта. Авторами дано представление дифференциации языка; охарактеризованы социальные факторы, детерминирующие социолекты на современном уровне развития языка; рассмотрено использование языковых профессиональных вариантов с социальными детерминантами; описаны страты общества и изучены парциальные группы; установлено, что профессиональный социолект — это вариант языка, детерминированный социальными опосредованными факторами: стратификационными, ситуативными и коммуникативными. В целом, профессиональный социолект представлен как вариант языка, обусловленный стратификационными, ситуативными и коммуникативными социальными факторами.

Ключевые слова: профессиональный социолект, дифференциация языка, парциальная группа, социальная роль, социальные отношения, речевая деятельность, намерения говорящего, языковой код.

Введение

Проблема связи социальных структур общества и языка является до сих пор еще не вполне решенной не смотря на то, что исследованием социальной дифференциации языка ученые занимаются не одно десятилетие. Изначально рассматривали проблему дифференциации языка в соответствии с социальными структурами — классами общества. Так, в работах А.М. Иванова, Л.П. Якубинского, В.М. Жирмунского, Б. Бернштейна было высказано утверждение о том, что «связь языка с классовыми структурами выражается в существовании двух кодов (развернутого, характерного для представителей высшего общества и ограниченного — кода рабочего класса)» [1; 14].

Такая прямолинейная точка зрения по вопросу связи языка с классовыми структурами общества с середины XX века признавалась беспочвенной, так как многие лингвисты (А.Н. Домашнев, А.Д. Швейцер и другие) считали, что социальный аспект достаточно сложно отражается в языке, ибо связь языка и социальных структур является опосредованной, а языковые варианты соотносятся с парциальными и малыми группами как слоями и прослойками общества и рассматривались в виде вторичных структур, производных от первичных структур до классовых. Кроме того, на социальную дифференциацию языка влияют и ситуативные факторы (социальная роль, возрастная, половая, этническая и территориальная дифференциации носителей языка и др.). Все это позволило А.Д. Швейцеру, У. Лабову, Л.П. Крысину, В.И. Беликову поставить вопрос о выделении языковых вариантов в соответствии со стратификационными и ситуативными переменными. А.Д. Швейцер отмечает, что эти переменные непосредственно связаны с языком, поскольку «единицей стратификационного измерения языка являются языковые коллективы с их социальными коммуникативными ре-

* Автор-корреспондент. E-mail: mail.rumadina@mail.ru

сурсами. Единицами ситуативного измерения являются роли, в которых отражены социальные отношения между коммуникантами» [2; 15]. Языковая вариативность проявляется в этом случае в использовании языковых средств соответственно ролевой экспектации социальным отношениям.

Известный российский ученый Л.П. Крысин, выделяя формы существования языка, определил их социальные субстраты и установил, что социальной базой формы существования литературного языка являются люди, долго живущие в городе и имеющие среднее или высшее образование [3].

Он внес вклад в исследование проблемы социальной стратификации языка на современном этапе развития общества и отмечает динамический подход в решении проблем социальной дифференциации языка. Особенность такого подхода, по его мнению, проявляются в том, что не акцентируется внимание «на жестком делении носителей национального языка на группы, в зависимости от того, какой подсистемой этого языка они пользуются (носители диалекта, носители просторечия, носители литературного языка и т.д.). При динамическом подходе одни и те же группы носителей языка могут характеризоваться использованием в их речи средств разных подсистем в зависимости «от социальных и ситуативных параметров коммуникативного акта» [4].

В связи с реализацией динамического подхода при изучении опосредованной связи социальных структур, а также влияния самих языковых социальных факторов на использование языковых средств (ситуация коммуникативного акта, социальные характеристики говорящего, отношения между говорящим и слушающим, коммуникативные ситуации) нам представляется необходимым обратить внимание на проблему языковой вариативности в сфере профессиональной деятельности и выяснить роль социальной детерминированности коммуникативных подсистем, обслуживающих этот вид деятельности.

В связи с этим считаем важным определение социальных детерминантов профессионального жаргона, лексических средств, используемых в коммуникативной ситуации в процессе взаимодействия, говорящего и слушающего, характера их профессиональных отношений, а также цели общения.

Основное внимание уделено выявлению социальных детерминантов профессиональных жаргонов; определению особенностей коммуникативной системы, служащей для удовлетворения потребностей лиц, работающих в профессиональной сфере. Объектом исследования выступил профессиональный социолект, детерминированный социальными факторами, а непосредственное внимание было направлено на изучение профессионального социолекта в социолингвистическом аспекте.

Общепринятое построение работы, состоящей из заголовка, аннотации, ключевых слов, введения и нескольких разделов: методы и материалы, результаты и обсуждение, выводы, список литературы.

Методы и материалы

В процессе исследования были применены методы включенного наблюдения, анализа и синтеза, анкетирование и интервьюирование, а также контрастивно-сопоставительный анализ.

В социолингвистических исследованиях метод анкетирования характеризуется как надежный способ получения необходимой научной информации с привлечением информантов посредством Интернет-каналов, в данном случае информантов — членов парциально-социальной группы, работающих в сфере экономики и позволяющих говорить о генеральной совокупности профессионалов как «множество индивидов, чьи языковые особенности являются объектом конкретного социолингвистического анализа» [5; 13].

В процессе анкетирования в качестве социолингвистического исследования строится выборочная совокупность, показывающая какие элементы генеральной совокупности войдут в состав выборки. Для вычисления выборочной совокупности используется формула:

$$n = \frac{Nt^2s^2}{N\Delta + t^2s^2},$$

где n — объем выборки; s — дисперсия, изучаемого признака; N — объем генеральной совокупности; Δ — максимально-допустимая ошибка выборки; t — коэффициент доверия [6; 97].

Выборочная совокупность, вычисленная нами по данной формуле, составляет 200 человек. Им были отправлены анкеты по Интернет-каналу, которая состояла из трех частей.

Данная анкета содержит обращение к информантам, демографический блок, содержащий сведения о возрасте, национальности, профессии, половой принадлежности, а также вопросы: «Как давно Вы работаете в организации?»; «Общаетесь ли Вы с другими работниками на «своем» языке?»; «Считаете ли Вы, что профессионализмы отражают специфику вашей деятельности?»; объясните профессиональное значение слов: *затишье, затрата, износ, канал, карта, контора, коридор, корзина, лазейка, масса, молоток, навязывание, накидка, нажим, налив, наплыв, наряд*; приведите часто используемые фразеологизмы и их трансформации, используемые в вашей профессиональной сфере; «Как Вы обращаетесь к вышестоящему руководству?»; «Какие социальные роли Вам приходится исполнять?» и т.д.

Приняли участие респонденты в возрасте от 20 до 40 лет, в основном, казахи (60 %) и русские (40 %), женщины (40 %) и мужчины (60 %), отвечали на вопросы анкеты анонимно.

Кроме анкетирования, используется метод наблюдения за поведением профессионалов (включенное, скрытое). При включенном наблюдении фиксируется речевой материал, поведение респондентов. При изучении связной речи профессионалов, их диалогов в разных ситуациях используется запись речи наблюдаемого через айфоны и диктофоны. Нами также применялся метод интервьюирования со служащими, работающими в торговой и экономической сфере. При этом нам важно было изучить особенности лексического материала, используемого профессионалами, а также исследовать спонтанное речевое их поведение.

Результаты и их обсуждение

Изучение вариативности языка в профессиональной сфере показывает, что подсистема языка, функционирующая в данной области, детерминирована социальными факторами. К ним, в первую очередь, относят страты общества (слои и прослойки), выделяемые на уровне вторичной структуры, основывающейся на базе первичной, классовой. К таким стратам относятся глобальные, парциальные и малые группы. Глобальные социальные группы осуществляют все виды жизнедеятельности, и к ним относят род, племя, народ, нацию и человечество как социальную общность. К парциальным относятся те группы, в которых осуществляется не более двух социальных процессов, в первую очередь, это профессиональные группы; сообщества людей по культурным интересам; объединения лиц по мировоззренческой ориентации и взглядам; совокупность лиц, группирующихся по месту проживания; группы людей, включенных в одно сообщество по признаку социальной общности от общества [7]. Рассматриваемая группа объединяет сообщества людей, которые занимаются специализированной институционализированной деятельностью, осуществляемой в течение длительного времени и реализующие один вид общественно-полезной деятельности, вследствие чего они имеют одинаковый трудовой опыт и навыки, обладают общим профессиональным языком.

Профессиональная группа характеризуется как парциальная социальная группа, так как выполняет два основных социальных процесса: осуществляет специфическую деятельность в производственной сфере и представляет подсистему языка, которая обслуживает данную сферу общественной деятельности, имеет деятельностное происхождение и проявляется в двух формах: процессуально-кинетической активности субъектов производственной деятельности (процессы говорения и понимания субъектов данной деятельности — речевая деятельность и статически организованной деятельности (тесты, дискурсы как результаты жизнедеятельности профессионалов).

Как видим, профессиональная группа в речевой деятельности использует в своей подсистеме совокупность языковых средств (лексических, фразеологических), предназначенных для удовлетворения запроса производственных коллективов. Языковые средства данной подсистемы, безусловно, отображают характер и назначение профессиональной деятельности и объединяются в одну коммуникативную подсистему с целью обслуживания их в актах коммуникации, говорящих и слушающих, в какой-либо производственной ситуации для выражения социальных отношений (иерархических, ролевых) между ними, что относится к функциональной стороне профессионального языка как речевой деятельности. Следует отметить, что в ходе использования языкового кода проявляется социально-деятельностная сторона профессиональной подсистемы, в котором отражается профессиональный опыт лиц, работающих в сфере специализированной деятельности. В этом случае язык выступает в субстанциальной деятельности.

Подсистему языка, детерминированную такими социальными факторами, как страт (социальная парциальная группа, социальный статус членов группы), социальная производственная ситуация и

ситуативные переменные (социальная роль, социальные отношения коммуникантов), социально-языковые факторы (коммуникативная деятельность говорящих, язык как вербализованный опыт — набор языковых средств, обслуживающих профессиональную сферу деятельности) называют социолектом, понимаемый нами как субстандарт речи, характеризующий определенные этнические, религиозные и профессиональные группы, обладающие рядом как собственно языковых, так и экстралингвистическими признаками [8; 79]. Такое же понимание находим и в Словаре социолингвистических терминов, где они представлены как «разновидность языка, характеризующиеся использованием ее в пределах определенной социальной группы — сословной, профессиональной, возрастной [9; 35].

Исследование профессионального социолекта по характеру ее детерминированности стратами показывает, что социальную базу этой подсистемы языка составляют люди, объединенные принадлежностью к одной профессии в течение длительного времени и вследствие этого формируется особый подъязык, отражающий специфику их производственной деятельности.

Следует отметить, что социальная детерминированность профессионального социолекта проявляется также в специализированном характере жаргона, например, жаргона экономистов, летчиков и других, что выражается в их профессиональной обусловленности определенными типами трудовой деятельности, в особом выборе и употреблении слов. По мнению Е.Н. Сердобинцевой, «языковой знак, закрепленный в профессиональной сфере, несет характерную лишь для нее информацию: употребленный вне профессиональной ситуации такой знак будет не понят в силу утраты определенных значимостей, например, *куда лететь, когда такая вуаль (вуаль — густая сизая дымка в авиации)* [10; 43].

В лингвистической науке жаргон рассматривают как «более широкую, по сравнению с арго полуоткрытую систему, применяемую той или иной специальной группой с целью обособления от остальной части общества... разновидность речи, используемой преимущественно в устном общении относительно устойчивой социальной группой, объединяющей людей по признаку профессии (например, жаргон программистов), положения в обществе (жаргон русского дворянства в XIX веке), интересов (жаргон филателистов) или возраста (молодежный жаргон) [11; 14].

Следовательно, в профессиональной сфере язык выполняет функцию узнавания своих, служит для демонстрации социальных качеств субъекта речи, когда индивид, как член данной социальной группы, пользуется теми же словами. Профессиональная маркированность этого подъязыка признается в том, что в жаргоне, например, биржевиков, разговорные слова, общеупотребительная лексика переинтерпретируются, присоединяя к своей семантической структуре значение, профессионально обусловленное той или иной деятельностью.

В сфере экономики общеизвестные слова получают другое значение, например, *добро* в общеупотребительном значении «сделать что-то хорошее для человека», противопоставленное *злу*. Так, в русско-казахском словаре экономических терминов оно фиксируется как *имущество*. Слово *доля* в Толковом словаре дается в значении *судьба*, а в сфере экономики оно приобретает другое значение, получает специальное значение *удел, доля вклада*. В литературном языке слово *долг* имеет значение *парыз* (воинский долг), *борыш* (долг перед Родиной), а в профессиональном жаргоне оно получает значение *қарыз* — долг кому-то; долг банку. В Толковом словаре русского языка слово *идея* передает следующее основное значение: «главная мысль, выражающая чье-либо мировоззрение», в экономической сфере оно используется в значении «идея товара» [12; 229; 246; 242; 31].

В целом, результаты анкетирования показали, что 97 % опрошенных подтвердили использование слов, предложенных в анкете, в профессиональном значении. Приведем некоторые примеры: *затишье* (затишье на рынке), *затрата* (использованные финансы), *износ* (в значении «износ денег»), *канал* (в значении «банковский канал»), *карта* (в значении «карта-баланс»), *коридор* (в значении «валютный коридор»), *лазейка* (лазейка в налоговом законодательстве) и др.

Следовательно, работниками данной организации в речевой деятельности используют определенный социолект, языковой код, который понятен только в отдельной группе, связанной одной профессиональной деятельностью.

В результате наблюдения над использованием особых лексических единиц — профессионализмов в сфере экономики — было установлено, что специализированное значение общеупотребительных слов чаще проявляется в определенных профессиональных сочетаниях:

Общеупотребительное слово

Специализированное профессиональное сочетания слов

Благоденствие (всеобщее)	Экономическое благоденствие
Бюро (адресное)	Бюро диспансеров
Вал (морской)	Вал неплатежей
Вздутие	Вздутие цен
Взыскание	Взыскание арбитражное
Вклад	Вклад банковский
Возраст	Возраст основных дивидендов
Время	Время биржевое
Выбор	Выбор активов
Вывод	Вывод из обращения
Гавань	Гавань налоговая
Давление	Давление инфляционное
Выручка	Выручка валовая

Также выяснено, что одним из способов пополнения экономического жаргона является метафоризация общеупотребительных слов, например, в биржевом жаргоне встречаются онимы как метафоры при наименовании биржевых игроков и биржевых торговцев: *бык, медведь, овца, олень, свинья, цыпленок*. Они встречаются в романе Т. Драйзера «Финансист»: *Фрэнк быстро овладел техникой дела. Он узнал, что того, кто покупал в чайниш повышения курса, называли быком, если же этот маклер уже скупил большие партии определенных ценных бумаг, то про него говорили, что он «нагрузился до отказа». Когда он начинал продавать, это значило, что он «реализует» свой барыш, если же его маржа иссякала, — он «прогорал». «Медведем» назывался биржевик, продававший акции, которых у него по большей части не было в наличии, с расчетом на их падение, чтобы тогда по дешевке закупить их и покрыть свои запродажные сделки. Покуда он продавал «бумаги, не имея их, он считался «пустым». Если же он покупал акции, чтобы удовлетворить клиента и положить в карман прибыль или с целью избежать убытка от непредвиденного повышения курсов, то на биржевом жаргоне говорили, что он «покрывается» [13; 424].*

Специальная лексика включает термины и профессионализмы. Включенное наблюдение за лексикой данного социолекта показало, что в составе профессиональных жаргонов используются и термины. Они также отличаются маркированностью и социальной детерминированностью, так как обслуживают запросы определенной профессиональной группы и обозначают специализированные понятия. В лингвистике термины и профессионализмы отграничиваются друг от друга. По словам В.Д. Бондалетова, они отличаются по ряду признаков: термины отличаются системностью, что предполагает их своеобразную специализацию, а профессионализмы большей частью не отличаются специализацией; в процессе образования терминов и профессионализмов в основу их номинации берутся различные признаки, так, при образовании профессионализмов в качестве номинации учитываются бросающиеся в глаза признаки, при деривации терминов с признаками номинации оказываются причинно-следственные связи между предметами и явлениями.

В терминосистеме больше родовых понятий, так как их обозначения служат для создания других, подчиненных им терминов. В профессиональной лексике слова с обозначением родовых понятий встречаются редко. Термины эмоциональны, а профессиональные слова имеют экспрессивное значение [14; 134, 135].

Отличие терминов и профессиональных слов состоит также в том, что термины не имеют синонимов, тогда как профессиональные слова имеют множество синонимов, например: *управляющий, менеджер, директор, ведущий, ответственный, отвечающий за ведение дел, начальник, админ* и др.

В результате наблюдения за поведением представителей определенной отрасли профессии было выявлено, что языковые средства, используемые в составе коммуникативно-языковой системы социолекта, также варьируются в зависимости от социального статуса говорящих. Так, члены группы, имеющие высокий социальный статус, могут использовать авторитарную профессиональную лексику, а лица, имеющие ранг подчиненного, неавторитарную, например:

Начальник: Объясните мне, почему Вы до сих пор не выяснили, почему идет брейк (снижение цен) на товары? Почему не проработали идею товара? Ведь я расписал обязанности между членами группы, мы проговорили этот вопрос на совещании. А Вы слушали вполуха. Поэтому я нагружаю Вас (даю указания). Вы должны наработать (создать) объем информации о товаре и подготовить приемлемый доклад, иначе я вынужден отозвать Вас с работы (вернуть в приказном порядке), распечь

(отругать), *прописать* Вам ваши должностные обязанности, *отозвать* премию... Вы слышите? Немедленно *наработайте информацию*, иначе *выгоню* с места (в значении уволю).

Клерк (подчиненный): Хорошо, господин начальник! Я немедленно приступлю к *наработке* идеи товара. Для этого я перелопачу горы документов, но найду причины *брейка*. Ваш *наезд* на меня я понял, постараюсь *достать* нужную инфу, *подключу* помощников. Через день мой доклад будет *расписан* по всем пунктам. Я *прозвоню* Вам по основной информации.

Начальник: Хорошо, ступай, *проработай* мои указания, *погугли* новую *инфу*, собери ее в папку и *закинь* мне сначала в комп.

Клерк: Да, будет исполнено, *босс!*

В социальных ситуациях, реализующихся в сфере экономической деятельности, говорящие и слушающие играют определенные социальные роли, например, роль директора банка. Это вышестоящая роль. Вторая социальная роль — это роль клиента. В данном случае клерк выполняет равноправную роль в социальных отношениях *агент–клиент*. Директор банка не может приказывать клиенту. Он может только уговаривать его вложить деньги или воспользоваться кредитом, который может предоставить банк. Клиент может отказаться или согласиться с поступившим предложением, сравните:

Директор банка (агент): Уважаемый господин Иванов, Вы можете вложить свой вклад в банк. Вы же говорили, что Ваша жена получила наследство, двести тысяч зелененьких тугриков.

Клиент: Но ведь это наследство жены. Она может потратить их на себя.

Директор банка: Но ведь вы говорили, что Ваша жена согласилась дать их Вам для развития бизнеса. Согласитесь, Вы получите хорошую *надбавку*, то есть премию.

Клерк: А сколько *мани* Вы добавите *надбавки*?

Директор банка: Сверху выпадет 10 % от вложенных *зеленых*. Это большой куш. Вы можете развить свой бизнес, если мы *разведем* проблему.

Социальные отношения *агент–клиент* — это отношения равноправные. Агент может только предлагать, клиент сам волен решать свои вопросы. Социальные отношения реализуются и в ходе реализации ролевых отношений *вышестоящая роль — нижестоящая роль*. В данном случае вышестоящую социальную роль может исполнять хозяин магазина, нижестоящую — продавец. Отношения между ними иерархические (подчинительные), сравните:

Хозяин: Слушай, я здесь хозяин, поэтому я должен узнать все ли в *ажуре*? Сделал ли ты заказ на *доставку*? На сколько тугриков? Сможем ли мы за день *прокрутить* полученное и *оправдаться* в расходах? Надо чтобы дебет и кредит сошлись, у нас еще есть дебет — нота неоплаченная. Надо записать тысячу тугриков-мани в счет дебета.

Продавец: Господин Иванов, в этом месяце мы будем находиться в дебете. Уж мы заломим цены за товары, они будут *улетать* влет. Уж мы *накрутим хвосты покупателям*. Чтобы они разбирали товары за хорошие мани, не выходили из шопа и стали шопоголиками, все мысли их были направлены на *расхватывание товаров* впрок.

Хозяин: Да, это было бы шикарно. Но как их *развести на товары*?

Продавец: *Во, придумал!* Надо *сыграть в ящик*, то есть пустить рекламу, дать в ней инфу о товарах. Тогда покупатели *клюнут*, ведь им *подходит товар на тарелке*.

Хозяин: Ну и башка у тебя! Клево мыслишь. Давай *закинь* инфу в рекламу, пропиарьте товар и так мы его *продвинем* по полной. Гуд бай, продвинутый бой!

Социальные отношения *свои–чужие* демонстрируют идентификацию *своих* с членами группы и позволяют отграничиться от *чужих* в ходе общения профессионалов с неспециалистами, например:

Клерк банка: Уважаемый клиент, Вы хотите открыть в нашем банке депозит?

Клиент: Я хочу внести деньги в банк, чтобы накопить деньги на старость.

Клерк банка: Хранение денег на счете долгое время, это депозит. Какой вид депозита выбираете?

Клиент: Не знаю, мне бы побольше накопить.

Клерк банка: Ну тогда это будет накопительный депозит, мы откроем долларовый счет. В месяц один процент годовых.

Клиент: Я не понимаю, мне бы денег побольше накопить.

Клерк банка: Можно пенсионный депозит открыть или депозит возвратный, депозит гарантийный, депозит валютный. Вы можете вкладывать деньги и увеличивать депозитный счет.

Клиент: Дочка, я не понимаю ваши слова, но ясно одно, что деньги будут храниться на счете. А ваши мудреные слова мне трудно понять.

Клерк банка: Это наши банковские термины, мы используем их в своей профессиональной сфере.

Социальные отношения *свои–свои* позволяют по использованию слов, словосочетаний профессионального жаргона идентифицироваться со своими, показать свою принадлежность к данной социальной группе, например:

Руководитель фирмы: Уважаемые господа, подготовьте бизнес-проект на сумму 50 миллионов. Нам необходимо подготовить проектную документацию. Укажите цель, задачи проекта, подберите состав команды. Назначьте руководителем проекта, подберите состав команды. Найдите в компе инфу о моих работах.

Руководитель отдела: Хорошо, господин, мы подготовим бизнес-проект. В нем мы обоснуем необходимую сумму денег, нужную нам для открытия лизинговой фирмы. Да, господин, нам следует подобрать мерчендайзера, подписать с ним контракт. Следует также подготовить модель доходов, а также рекламную модель, чтобы *разнести* инфу о нашем новом предприятии.

Руководитель фирмы: Хорошо, что мы понимаем друг друга, ибо свои и понимаем термины и слова, не то, что покупатели и люди, не занимающиеся финансами.

Наблюдение за речевым поведением профессионалов в ходе речевого акта позволили установить детерминированность его социальными факторами, которые проявляются в речевой истории, речевом паспорте коммуникантов со следующими компонентами: биологический (пол, возраст и т.д.) и социальный (принадлежность к профессиональной группе, социальный статус и роль) и т.д.

Выводы

В данной статье акцентируется внимание на детерминированность профессионального социолекта не только стратификационными, ситуативными факторами, но и социальными факторами коммуникативного и речевого актов в определенной сфере деятельности. Исследование имеет научно-практическую ценность, так как позволяет получить более полное представление о профессионализмах и терминах данного социолекта, особых лексических единиц; проанализирована связь языковых вариантов с социальными факторами; использование их в соответствии с ними; выявлена специализация языковых вариантов с общественной деятельностью говорящих, влияние речезыковых факторов, социальных, по существу, при использовании определенного набора средств языковых кодов.

Список литературы

- 1 Bernstein B. Elaborated and restricted codes / B. Bernstein // Sociological inquiry, Vol. 36 — N.Y., 1966.
- 2 Швейцер А.Д. Современная социолингвистика: теория, проблемы, методы / А.Д. Швейцер. — 2-е изд. — М.: Книжный дом ЛИБРОКОМ, 2009. — 176 с.
- 3 Крысин Л.П. Социолингвистические аспекты изучения современного русского языка / Л.П. Крысин. — М., 1989. — 186 с.
- 4 Крысин Л.П. Проблемы социальной дифференциации языка в современной лингвистике [Электронный ресурс] / Л.П. Крысин. Режим доступа: https://vizit.ru/86657/problema_sotsialnoy_differentsiatsii_yazyka_v_sovremennoi_lingvistike.
- 5 Беликов В.И. Социолингвистика / В.И. Беликов, Л.П. Крысин. — М., 2001. — 309 с.
- 6 Методы социальной психологии: учеб. пос. / Н.С. Минаева, Д.В. Пивоваров, Э.Л. Боднар. — М.: Академический Проект, 2007. — 351 с.
- 7 Маркович Д.Ж. Общая социология / Д.Ж. Маркович. — М.: Владос, 1998. — 432 с.
- 8 Туманян Э.Г. Язык как система социолингвистических систем / Э.Г. Туманян. — М.: Наука, 1985. — 247 с.
- 9 Словарь социолингвистических терминов. — М., 2006. — 312 с.
- 10 Исенова Ф.К. Культура речи / Ф.К. Исенова, О.Ф. Кучеренко. — Караганда: Изд-во Караганд. гос. ун-та, 2007. — 174 с.
- 11 Сердобинцева Е.Н. Структура и язык рекламных текстов: учеб. пос. / Е.Н. Сердобинцева. — М.: Флинта; Наука, 2010. — 160 с.
- 12 Экономикалық орысша-қазақша сөздік. — Алматы: Дайк-Пресс, 2008. — 1116 б.
- 13 Драйзер Т. Финансист / Т. Драйзер. — М.: Изд. ЛитРес, — 2012. — 700 с.
- 14 Бондалетов В.Д. Социолингвистика / В.Д. Бондалетов. — М.: Просвещение, 1987. — 160 с.

М.К. Тулегенова, Ж.Н. Жунусова, Х. Вальтер
**Кәсіби әлеуметтік диалект – әдеби тілдің
әлеуметтік анықталған ішкі жүйесі ретінде**

Мақаланың өзіндік ерекшелігі әр түрлі әлеуметтік факторлармен анықталатын кәсіби әлеуметтік диалекттің сипаттарын анықтауға жаңа көзқараспен қарауында, олардың түрлері мен оларға сәйкес тілдік нұсқаларды қарастыруында көрінеді. Мұнда ситуациялық айнымалыларға сәйкес қолданылатын әлеуметтік іс-әрекеттегі спикерлер тобының кәсіби қызметі саласындағы мамандандырылған тілдік жүйесі зерттелген, яғни: әлеуметтік рөл, әлеуметтік қатынастар. Жұмыстың мазмұны мына әлеуметтік сипаттамаларға ие болатын, тілдік нұсқасын кәсіби әлеуметтік диалекттен бөлуге қатысты ақпараттан тұрады: стратификация бойынша детерминизм, ситуациялық және коммуникативті айнымалылар (адресат, адресант, сөйлеу әрекетінің мақсаты, қарым-қатынас мақсаты және т.б.); сөйлесушілердің іс-әрекетінің ерекшеліктерін көрсететін және олардың кәсіби тәжірибесін бекітетін тілдік код түрінде мамандандырылған іс-әрекет барысында коммуниканттардың сөйлеу әрекетінде сөйлеу және тілдік опцияларды мамандардың қолдануы; жартылай топтар мен әлеуметтік факторлардың бөлінуі; зерттелетін әлеуметтік диалекттің кәсіби лексикасының сипаттамалары. Мақалада тілдерді ажырату туралы түсінік берілген; тіл дамуының қазіргі деңгейіндегі әлеуметтік диалекттерді анықтайтын әлеуметтік факторлар сипатталған; лингвистикалық кәсіби нұсқаларды әлеуметтік детерминанттармен қолдану қарастырылған; әлеуметтік детерминанттармен тілдік кәсіби нұсқаларды қолдану айтылған; қоғамдағы ерекше топтар сипатталған және ішінара жартылай топтар зерттелген; кәсіби әлеуметтік диалект – тілдің әлеуметтік жанама факторлармен анықталатын нұсқасы, яғни: стратификация, ситуациялық және коммуникативті. Жалпы алғанда, кәсіби әлеуметтік диалект стратификация, жағдайлық және коммуникативті әлеуметтік факторларға негізделген тілдің нұсқасы ретінде ұсынылған.

Кілт сөздер: кәсіби әлеуметтік диалект, тілдерді ажырату, жартылай топ, әлеуметтік рөл, әлеуметтік қатынастар, сөйлеу әрекеті, сөйлеушінің ниеті, тіл коды.

М.К. Tulegenova, Zh.N. Zhunussova, H. Valter
**Professional sociolect as a socially determined
subsystem of the literary language**

The originality of the article is manifested in the fact that it takes a new approach to identifying the characteristics of a professional sociolect determined by various social factors, considers their types and corresponding language options. It examines a specialized language subsystem of a socially partial group of speakers in their professional field of activity, which is used in accordance with situational variables: social role, social relations. The content of the work consists of information concerning the allocation of a linguistic variant—a professional sociolect, which has the following social characteristics: determinism by stratification, situational and communicative variables (destination, addressee, purpose of a speech act, purpose of communication, etc.); the use by professionals of speech and language options in the act of communication, in the speech activity of communicants in the course of specialized activities in the form of a language code that reflects the specifics of the speakers' activities and fixes their professional experience; the allocation of partial groups and social factors; characteristics of the professional vocabulary of the studied sociolect. This article provides an understanding of language differentiation; the social factors that determine sociolects at the modern level of language development are characterized; the use of linguistic professional variants with social determinants is considered; the strata of society are described and partial groups are studied; it is found that a professional sociolect is a variant of the language determined by social mediated factors: stratification, situational and communicative. In general, professional sociolect is presented as a variant of the language, conditioned by stratification, situational and communicative social factors.

Keywords: professional sociolect, language differentiation, partial group, social role, social relations, speech activity, speakers' intentions, language code.

References

- 1 Bernstein, B. (1966). Elaborated and restricted codes. Sociological inquiry. New York.
- 2 Schweitzer, A.D. (2009). Sovremennaya sotsiolingvistika: teoria, problema, metody [Modern sociolinguistics: theory, problems, methods]. (2d ed.). Moscow: Knizhnyi dom LIBROKOM [in Russian].
- 3 Krysin, L.P. (1989). Sotsiolingvisticheskie aspekty izucheniia sovremennogo russkogo yazyka [Sociolinguistic aspects of studying the modern Russian language]. Moscow [in Russian].

- 4 Krysin, L.P. (1989). Problema_sotsialnoi_differentsiatsii_yazyka_v_sovremennoi_lingvistike [Problems of social differentiation of language in modern linguistics]. Retrieved from <https://vizit.ru/86657/> [in Russian].
- 5 Belikov, V.I., & Krysin, L.P. (2001). Sotsiolingvistika [Sociolinguistics]. Moscow [in Russian].
- 6 Minaeva, N.S., Pivovarov, D.V., & Bodnar, E.L. (Eds.). (2007). Metody_sotsialnoi_psihologii [Methods of social psychology]. Moscow: Akademicheskii Proekt [in Russian].
- 7 Markovich, D.Zh. (1998). Obshchaia_sotsiologiya [General sociology]. Moscow: Vldos [in Russian].
- 8 Tumanyan, E.G. (1985). Yazik_kak_sistema_sotsiolingvisticheskikh_sistem [Language as a system of sociolinguistic systems]. Moscow: Nauka [in Russian].
- 9 (2006). Slovar_sotsiolingvisticheskikh_terminov [Dictionary of sociolinguistic terms]. Moscow [in Russian].
- 10 Isenova, F.K., & Kucherenko, O.F. (2007). Kultura_rechi [A culture of speech]. Karaganda: Izdatelstvo Karagandinskogo gosudarstvennogo universiteta [in Russian].
- 11 Serdibintseva, E.N. (2010). Struktura_i_yazyk_reklamnykh_tekstov [The structure and language of advertising texts]. Moscow: Flinta\$ Nauka [in Russian].
- 12 (2008). Ekonomikalyq_oryssha-qazaqsha_sozdik [Economics: Russian-kazakh dictionary] Almaty: Dyk-Press [in Kazakh].
- 13 Dreiser, T. (2012). Finansist [Financier]. Moscow: Izdanie LitRes [in Russian].
- 14 Bondaletov, V.D. (1987). Sotsiolingvistika [Sociolinguistics]. Moscow: Prosveshchenie [in Russian].