

«Привет», 5 – «Да». Некоторые из них предложили свой вариант ответа: 2 сказали «Да Братка», 4 человека написала «Что звонишь?», 1 написал «Внимательно слушаю», и трое сказали «Я занят, перезвони». Из этого можно сделать вывод, что большинство людей предпочитают отвечать на телефонный звонок нейтрально. Если вы снимаете телефонную трубку, отвечая на звонок, то, сразу же поздоровайтесь с позвонившим человеком. Приветствуя звонящего, вы показываете, что его звонок важен для вас, и вы ему рады (если это не так, то он не должен об этом знать). Приветствие, конечно же, меняется в зависимости от времени дня или где находится тот, кто берет трубку телефона («Доброе утро» или «Добрый вечер»). Таким образом, из 78 опрошенных, 15 человек соблюдают нормы речевого этикета, остальные же ответы на звонок, представленные нашими респондентами, не соответствуют нормам речевого этикета.

#### Список литературы

1. Шунейко А.А., Авдеенко И.А. Моделирование как этап реализации сценариев информационно-коммуникативных событий // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. 2011. Т. 2. № 7. С. 57-64.
2. Пинигина Н.В., Чибисова О.В. Межкультурная коммуникация в повседневной жизни // Международный журнал экспериментального образования. 2011. № 8. С. 130.

#### ЛЕКСИЧЕСКИЕ ЗАЙМСТВОВАНИЯ В РЕЧИ ЛЮДЕЙ

Копытина В.А., Шунейко А.А.

*Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет, Комсомольск-на-Амуре, Россия*

Общение – это неотъемлемая часть жизни человеческого общества. По мере того, как культурно усложняется современный мир, происходит возрастание важности вопросов, связанных с коммуникацией людей в нем [1]. Одна из таких проблем – проблема лексических заимствований на межличностном уровне коммуникации. Общаясь друг с другом, люди используют слова, присущие им индивидуально, но помимо этого они перенимают слова и от собеседников. Это происходит из-за того, что в процессе постоянного общения с человеком, слова, которые мы слышим часто, откладываются в памяти, и потом мы неосознанно используем их в своей речи [2]. Такое случается довольно часто, поэтому мы решили провести анкетирование людей разного возраста, чтобы выяснить процентное соотношение слов, которые люди используют в своей речи, а также перенимают от других людей. Нами было опрошено 40 человек в возрасте от 15 до 60 лет. Исследование показало, что 50% этих слов – это слова-паразиты. Среди этих слов преобладают такие как: «это самое» (8%); «короче» (10%); «ну» (18%); «вот» (10%); «как его» (4%). 20% – это те слова, которые люди придумывают сами, путем изменения порядка букв в слове или случайного искажения слова в разговорной речи. Опрошенные указывали такие слова, как: кепчук – кетчуп; феолтовый – фиолетовый; черубашка – чебурашка; каклета – котлета; багуретка – табуретка и т.д. Но люди перенимают слова не только при непосредственном общении друг с другом. Еще 20% составили слова, которые опрошенные перенимают из тех или иных информационных источников, в большей степени из телевизионных передач. И только 10% заявили о том, что никогда не замечали за собой использования в своей речи чужих слов. Также в результате исследования мы не заметили явных гендерных различий. Женщи-

ны и мужчины в равной степени перенимают слова от других людей. Большинство опрошенных сказали, что заимствование чужих слов у них происходит неосознанно (60%), а остальные 40% признались, что специально используют в своей речи чужие слова, так как им просто понравилось данное слово.

#### Список литературы

1. Пинигина Н.В., Чибисова О.В. Межкультурная коммуникация в повседневной жизни // Международный журнал экспериментального образования. 2011. № 8. С. 130.
2. Шунейко А.А., Авдеенко И.А. Втягивание участников как этап реализации сценариев информационно-коммуникативных событий // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. 2011. Т. 2. № 5. С. 55-61.

#### МАССОВАЯ КУЛЬТУРА: АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Лемешко А.Д., Воробец Л.В.

*Комсомольский-на-Амуре Государственный Технический Университет, Комсомольск-на-Амуре, Россия*

XXI век – это не только век кризиса креативной культуры, но и век утверждения глобальной массовой культуры. В настоящей статье предпринята попытка анализа феномена массовой культуры с точки зрения аксиологии, что позволит выделить доминирующую ценность массовой культуры. Массовая культура, представляет собой специфический способ освоения действительности, в котором происходит ориентация не на индивидуальное творчество, а на процессы потребления, где выбор товаров, услуг и способов осуществления активности определяется модой и рыночной экономикой, в которой отношения между массовым спросом регулируются адекватным ему предложением (1). Как и любой другой вид культуры или субкультуры (2), массовая культура в своем ядре имеет собственную основу, ее своеобразный генетический код, а именно ценность. Сама по себе ценность является собой модель, глубинную порождающую культуру, которая придает смысл человеческому бытию, обеспечивает ему единство и последовательность. Функционируя в рамках рыночной экономики, массовая культура логично и последовательно следует своей центральной ценности, а именно ценности интенсивного потребления. Это потребление органично вписывается как в схему раскрепощения и персонализации человека, так и в рамки тотального управления им и его потребностями. Можно заключить, что все артефакты массовой культуры на всех уровнях своего бытия (на уровне деятельности их создания и потребления и на уровне продуктов этой деятельности) определяются структурой производственной деятельности. Культивирование ценности потребления происходит опосредованно, через потребление культурного продукта: литературы, музыки, живописи, фильмов и сериалов, а также через материалы, транслируемые средствами массовой коммуникации. Сегодня массовая культура отражает сложную общественную иерархию и через потребление закрепляет, сохраняет и воспроизводит эти отношения.

#### Список литературы

1. Воробец Л.В., Массовая культура как объект аксиологического исследования // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2013, № 4, с. 49-52.
2. Чибисова О.В., Взаимодействие молодежных субкультур как тип межкультурной коммуникации // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. 2010. Т. 2. № 2. С. 122-126.