

«Профессиональное училище №15 народных промыслов» города Вологды введена профессия «Художник росписи по дереву».

Но с другой стороны, поддержка государственная диктовала и свои условия производству. Перейдя в разряд производства сувенирной продукции, ремесленная деятельность была вынуждена опираться не только на традиции ремесла, но и на прогрессирующую в своем развитии массовую культуру. В результате вырабатывается новая установка для ремесла, нацеленная на «красивость» при которой теряется основное и главное достоинство росписи и ее наивная характеристика – информативность. После трансформации росписи она стала иметь весьма опосредованное отношение к наиву. Так от наивной характеристики в ней остается лишь упрощенность образов изображаемых объектов. Семантика цвета, образов не используется, а уступает место декоративности, где главенствует яркость цветовой гаммы и насыщенность растительными элементами. Минимально используются в росписи образы животного мира и людей, которые вносят в роспись толику сюжетности и повествовательности.

Литература

1. Куценко Н.А. Из истории организации кустарных промыслов в Вологодской губернии. Режим доступа: <http://bg-znanie.ru/article.php?nid=31471>
2. Вологодский кустарный комитет и постоянная торгово-промышленная выставка кустарных изделий в г. Вологде. Вологда, 1901.
3. Доклад экономическому совету при Вологодской губернской земской управе: 10 июня 1911 г. Вологда, 1911. С. 3
4. Собрание узаконений. 1919. № 14. С. 140.
5. СССР. Год работы правительства: по материалам к отчету за 1928-29 бюджетный год. М., 1930.

М. В. Лукичева
г. Екатеринбург

НАЗВАНИЕ ПРОФЕССИИ КАК ФАКТОР ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ОБЩЕСТВЕННОЕ СОЗНАНИЕ: СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Развитие экономики, техники, социальной сферы дает сегодня все больше возможностей для профессиональной реализации человека. В профессии он раскрывает свои творческие способности, реализуется как личность. Под профессией понимается поле деятельности, которое инди-

видуум осваивает в процессе получения законченного профессионального образования, принятого и узаконенного государством. Федеральное ведомство ФРГ по вопросам труда (*Bundesanstalt für Arbeit*) подсчитало, что в Германии на основе официально признанных 348 профессий возможны более 30 000 конкретных разновидностей профессиональной деятельности (данные 2008 г.). Один лишь глоссарий названий профессий в сфере информационных и телекоммуникационных систем (*IT-Berufsglossar*) включает 262 новые единицы [3, с. 11].

В функциональном плане профессия охватывает профессиональную квалификацию, необходимую для какого-либо поля деятельности по всей его глубине и широте. Таким полем может быть производственно-технический комплекс, оказание услуг населению или научная деятельность. Система профобразования ФРГ старается идти в ногу со временем: с 1996 г. идет ее обновление, 170 учебных профессий (*Ausbildungsberufe*) модернизировано, введено 60 новых (напр., *Mechatroniker, IT-System-Elektroniker*). Еще около 350 учебных профессий нужно привести в соответствие стремительно меняющейся сфере трудовой деятельности – это задача долгосрочного порядка. Тенденция понятна: квалификационные требования, предъявляемые к профессиям, становятся многообразнее; грань между классическими «производственными» и «обслуживающими» профессиями стирается; от представителей ремесленных профессий ожидается усиление социально-коммуникативной компетенции в общении с коллегами, клиентами и поставщиками; в сфере обслуживания исключением стали работы, при выполнении которых можно обойтись без информационно-технической поддержки и т.д. [4, с. 47].

Содержание старых профессий меняется, иными становятся их характер и объем, появляются новые профессии, имеет значение отношение к ним общества. Официальные названия уже не соответствуют (и даже противоречат) новому содержанию профессий, нужны названия для новых профессий.

Боннский университет провел анкетирование 2400 учащихся школ различного типа (*Hauptschule, Realschule, Gymnasium*). Цель опроса – выяснение факторов, влияющих на профессиональный выбор молодежи [5, с. 4]. Оказалось, что не последнюю роль играет название профессии, которое должно быть престижным и понятным. Т.о. изучение способов номинации профессиональной деятельности человека, выявление словообразовательных моделей позволяет обнаружить новые тенденции и зако-

номерности экстралингвистической обусловленности имени профессии. Основными являются две, нередко противоборствующие, тенденции: 1) название должно быть максимально понятным, реалистичным и информативным, что достигается наличием у него внутренней формы – «сохраняющегося в слове отпечатка того движения мысли, которое имело место в момент возникновения слова» [1, с. 98]; 2) выразительная форма номинации, создающая положительный имидж профессии, что решается использованием в названии профессии иноязычных (чаще английских) компонентов. Внутренняя форма является, по сути, минимальным контекстом, описывающим содержание профессии (*Asphaltbauer, Estrichleger*).

Что касается яркой «упаковки» названия, то она может иметь и противоположный эффект: опрос старшеклассников свидетельствует о том, что заимствования в номинациях профессий могут отпугивать молодежь. Ее основные аргументы: немецкий язык гибнет; заимствования кажутся чужими, вводят в заблуждение, вселяют неуверенность, звучат надменно. Лишь 18% девушек и 9% юношей находят английские наименования привлекательными. Иногда, однако, форма оказывается решающим фактором: неважно, чем я буду заниматься, главное, чтобы профессия была «модной». Профессии с однословными обозначениями (*Müller, Bäcker, Wagner, Brenner*) воспринимаются как примитивные, ассоциируются со сказочными персонажами, старомодны и непрестижны. Названия ряда профессий переходят в разряд архаизмов из-за постепенного исчезновения самих профессий: *Schwenker* (бондарь), *Sattler* (шорник), *Gautscher* (вальщик). Появившаяся в 1998 г. и поглотившая несколько старых профессий (*Schriftsetzer* и *Reprohersteller*), учебная профессия *Mediengestalter für Digital- und Printmedien* привлекает молодежь, а технологичная, востребованная и хорошо оплачиваемая профессия *Gebäudereiniger* воспринимается как грязная и непривлекательная. Достаточно распространены обозначения с интернациональным суффиксом *-ist*: *Florist, Modist, Recyclist*. Заимствований в лексико-семантической группе «Профессия» немало: *Manager, Metteur, Destillateur, Mannequin, Visagist, Flight Attendant, Logistiker* и т.д. Неожиданным результатом опроса стало неприятие школьниками некоторых английских номинаций профессий: *Sales Manager, Screendesigner*. Аналогичная реакция на экзотические наименования профессий встречается и в России: *андеррайтер, вэн-селлер, кавист, пиццейоло, фумелье*. При этом обилие иностранных названий продиктовано не только модой: вместе со словом заимствуются новые предметы и понятия (*веб-дизайнер*), появляется возмож-

ность номинативной дифференциации (*менеджер по персоналу, финансовый менеджер, менеджер по маркетингу, менеджер по продажам, менеджер по рекламе, менеджер по проектам, офис-менеджер, сити-менеджер* и т.п.).

К понятию «молодежь» следует подходить дифференцированно: релевантными параметрами являются пол, уровень образования (тип общеобразовательной школы), регион проживания. Так, девушек привлекают профессии, в названиях которых есть компоненты *gestalt, sozial, mode*, а молодых людей – *informat, technik, elektronik*. Девушкам интересны профессии, названия которых эксплицируют или имплицитно указывают на деятельность, связанную с мелкой моторикой, дизайном, творчеством (*Feinoptikerin*, а не *Flachglasmechanikerin*; *Hörgeräteakustikerin*, а не *Elektroanlagenmonteurin*). Формулировка *Informations- und Kommunikationssystem-Elektroniker/-in*, по мнению женской части социума, слишком технократична, поэтому немногие женщины овладевают этой профессией. Выпускников гимназий оттачивают компоненты названия, сигнализирующие о подчиненном статусе: *assistent, helfer*. Интерес к профессиям *Bäcker, Kfz-Mechaniker* обратно пропорционален уровню школьного образования. Эти же профессии больше интересуют «восточных» немцев, чем «западных». В бывшей ГДР молодежь с предубеждением относится к профессиям, в названиях которых входит элемент *industrie (Industriekaufmann/frau)*. Результат опросов не безразличен лингвофеминистам. Согласно современным требованиям все профессии называются в двух полных вариантах (*Systemberater / Systemberaterin*). При этом женский и мужской варианты названия вызывают разные ассоциации и оценки (женский всегда воспринимается негативнее): если *Koch* видится опрошенным как «мужчина в белоснежной шапочке, с большим мастерством готовящий эксклюзивные блюда в ресторане», то *Köchin* – это «полная женщина, готовящая на фабрике-кухне социального учреждения по 500 порций одинаковых блюд» [4, с. 99] (*Ср. в рус яз.: «Она хороший учитель ≠ Она хорошая учительница*). Лишь языковыми факторами объясняется тот факт, что родственные профессии *Fachverkäufer im Nahrungsmittelhandwerk* и *Kaufmann im Einzelhandel* попали на противоположные полюса привлекательности.

Номинации профессий в Германии находятся в ведении экспертов – психологов, социологов, лингвистов, специалистов по педагогике профобразования. На номинативную систему в этом лексико-семантическом поле пытается влиять общество (работодатели, профсоюзы, профобразо-

вание). Образ профессии, транслируемый ее именем, может привлекать или отталкивать: так, *Medienhändler* ассоциируется с пыльными книжными полками, *Schornsteinfeger* – с сажей (при этом сегодня «трубочист» – высокотехнологичная профессия, а его инструменты – цифровые измерительные приборы). Похожие негативные ассоциации вызывают названия таких профессий в русском языке как *маляр*, *сантехник*, *штукатур* и т.п. Непрестижные профессии переименовывают: *Putzfrau* → *Reinemachefrau*, *Totengräber* → *Funeral Manager*, *Hausmeister* → *Facility Manager* (у новых единиц позитивная коннотация). Не все переименования удачны: вряд ли приживется номинация *Verfahrensmechaniker in der Getreide- und Futtermittelwirtschaft*, предложенная Объединением немецких мельников вместо старинного названия профессии *Müller*. Односложные номинации профессий сегодня редки, распространены обозначения типа *Fachmann/frau für Systemgastronomie*, *Fachverkäufer/in im Nahrungsmittelhandwerk*, *Fachkraft für Veranstaltungstechnik*. Лексема *Fachkraft* частично решает гендерную проблему номинативной системы, являясь универсальной для лиц обоих полов.

Научный интерес к лингвистической и социолингвистической природе наименований профессий проявили в 80-е гг. 20-го века и российские филологи. Так, Л.И. Скворцов отмечал: «С жизненно важными сторонами деятельности человека связаны наименования профессий и лиц по профессии. Именно поэтому они требуют к себе особенного внимания. Актуальные проблемы терминотворчества в этой области решаются, к сожалению, все еще недостаточными усилиями терминологов, социологов, специалистов по труду, экономистов и языковедов. Между тем практическая деятельность по упорядочению наименований профессий предполагает оперативный лингвистический анализ и соответствующую оценку общих основ и частных критериев этой работы» [2, с. 14]. Предлагались критерии, которые могли бы стать лингвистической основой упорядочения названий лиц по профессии: принцип системности, связанный с выбором основных структурных типов наименований; принцип нормативности, предполагающий учет требований общелитературности при построении наименований лиц по профессии; принцип эстетичности. К сожалению, в России так и не сложилось действенной системы в данной номинативной сфере. Названия профессий возникают произвольно, много неточностей (связанных с переводом), несоответствий устаревшему официальному классификатору профессий.

Проблему адекватной номинации учебной профессии пришлось решать и при реализации двух германо-российских проектов, направленных на развитие образования специалистов для сферы малого предпринимательства. После долгих дискуссий остановились на названиях «Маляр-дизайнер», «Плиточник-мозаичник» и «Монтажник санитарно-технического, вентиляционного и отопительного оборудования», что позволило уйти от царящих в обществе негативных ассоциаций с профессиями «Строительный маляр», «Штукатур» «Плиточник» и «Сантехник» и привести название в соответствие с содержанием и характером выполняемых работ. Не удалось (пока) решить номинативную проблему для профессии, названной в проекте «Кровельщик»: такой специалист занимается не только кровельными покрытиями крыши, но и сооружением самой конструкции крыши, а также тепло- и гидроизоляционными системами и фасадами (в Германии эта профессия называется *Dachbauer* – досл. «строитель крыш»).

Называние профессии – это имятворчество, т.е. процесс создания имени для понятия, не имеющего названия, а названия лиц по профессии есть первичные номинации. Имя профессии должно быть словом-индикатором, словом-возбудителем, должно содержать «метку» – для того, чтобы в сознании человека появилось представление о профессии: т.е. наименование профессии выполняет сигнальную, информационную, селективную и статусную функции. По возможности, имя профессии должно быть информативным и отражать близкое к реальности представление о ней. Наименование вызывает в сознании человека нужные ассоциации. Это происходит на психологическом уровне и создает некие стимулы. При этом релевантны не только понятийные и когнитивные аспекты (денотат), но и сопутствующие им экспрессивная окраска и эмоциональная оценка представления (коннотат). Селективная функция позволяет «отфильтровать» профессии, о которых не может быть и речи. Статусная функция заключается в возможности самопрезентации человека в социальном пространстве, проявляет отношение окружающих к носителю той или иной профессиональной роли: так, профессия *Zahnarzhelferin* повысила свой социальный статус после переименования в 2001 г. в *zahnmedizinische Fachangestellte* (положительный эффект имело и переименование профессии *Radio- und Fernsehetechniker* в *Informationselektroniker*).

Итак, наименование профессии должно быть понятным, реалистичным, привлекательным. Это во многом зависит от правильности выбора

номинативных признаков (ономасиологический критерий). Номинативные механизмы формирования названий профессий поддаются типологизации. 1-ю группу составляют профессии, номинации которых указывают на действие, выполняемое лицом, т.е. ономасиологическим признаком является действие (модель «Действие – агент»): *Schneider, Lackierer, Dreher, Lehrer, Gießer, Verkäufer*. Наиболее активна 2-я ономасиологическая макромодель: «Объект – агент»: профессионально действующее лицо совершает действие, направленное на объект.

Разновидности этой макромодели: а) «Изготавливаемый предмет – агент» (*Feinsattler, Maurer, Bandagist*) – часто профессии названы по одному из множества изготавливаемых предметов: столяр (*Tischler*) делает не только столы (*Tische*), но и любую другую мебель; а *Täschner* – не только сумки (*Taschen*), но и другие изделия из кожи; б) «Обрабатываемый материал – (действие) – агент» (*Glasbildner, Kupferschmied, Pelzveredler, Lederer, Diamantenschleifer*) в) «Действие – предмет изготовления – агент» (*Parkettleger, Straßenbauer*) – частотные компоненты здесь *-hersteller, -bauer, -macher*; г) «Научная деятельность – агент» (*Physiklaborant, Antropologe, Chemiker*); д) «Объект ухода – агент» (*Kälberpfleger, Bienenmann*); е) «Предмет обслуживания – агент» (*Anlagemechaniker, Hausmeister*) – частотные компоненты этой подгруппы *-mechaniker* и *-monteur*: *Berg-, Elektro-, Anlagen-, Chirurgiemechaniker*. 3-я группа соответствует модели «Средство действия – агент»: *Steindrucker, Bildjournalist, Isolierfacharbeiter*. В единицах 4-й группы («Место действия – агент») названы предприятия / сферы, в которых работает лицо (*Museumführer, Bürokauflmann, Badearzt, Kindergärtnerin*). Наименования 5-й группы («Дескриптант – агент») объединяют дескриптивно-агентивные отношения ономасиологического базиса и ономасиологического признака (*Archivassistent, Reiseverkehrskaufmann*) – частотные элементы здесь: *-assistent, -kaufmann/frau, -angestellte/r, -fachkraft*.

Схематически ономасиологическую структуру наименований лиц по профессии можно представить следующим образом (табл.):

Привлекательность профессии определяется многовековой историей и общественным мнением, т.е. наличием социолингвистической обусловленности названия профессии. Социолингвистический критерий предполагает учет следующих факторов: общественная значимость профессии; способность названия выступать в качестве словообразовательного образца; наличие переносных значений в общелитературном языке; сфера употребле-

ния и эмоциональная окраска единицы. Примеры уточняющих переименований профессий: *Konditor* (вместо *Bäcker*), *Holzspielzeugmacher* (вместо *Holzbearbeitungsmechaniker*), *Glas- und Keramikmaler* (вместо *Verfahrensmechaniker für Beschichtungstechnik*), *Informationselektroniker* (вместо *Radio- und Fernsehtechniker*), *Fachkraft für Kreislauf- und Abfallwirtschaft* (вместо *Ver- und Entsorger* и более раннего *Müllmann*).

Таблица

Родовое понятие (ономасиологический базис: константа)	Видовое отличие (ономасиологический признак: переменная)
Деятель / Агенс	<ol style="list-style-type: none"> 1. Действие 2. Объект действия 3. Средство, орудие, способ действия 4. Место действия 5. Дескриптант

О реальности существования проблемы наименования профессии свидетельствует своеобразная языковая игра, заключающаяся в придумывании «новых профессий» и отражающая болевые точки действительности: *Kopftuchkontrolleur* (реакция на дискуссию о запрете ношения мусльманками платка на рабочем месте), *Mülltrennungsassistent* (утрированное внимание, уделяемое новым технологиям вторичной переработки отходов). Использование словообразовательных моделей, типичных для способов наименования профессий, в обличительных целях свидетельствует об осознании языковым сообществом существования данного тематического поля и характерологического статуса конституирующих его лексических единиц.

Профессия стала визитной карточкой человека. Системный подход к формированию названий людей по профессиональной деятельности позволяет целенаправленно воздействовать на занятость населения, рынок труда и востребованность профессий, привлекать в конкретные сегменты экономики представителей той или иной социальной группы, того или иного региона, перераспределять потенциальные трудовые ресурсы.

Литература

1. Маслов Ю.С. Введение в языкознание: учеб. пособие для студентов вузов. 3-е изд., испр. М.: Высшая школа, 1997. 152 с.
2. Скворцов Л.И. Вопросы терминологии и терминотворчества в эпоху НТР // Терминология и культура речи: сб. науч. стат. / отв. ред. Л.И. Скворцов. М.: Наука, 1981. С. 5–28.
3. Borch H., Weissmann H. Erfolgsgeschichte IT-Berufe // Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis, 29. Jahrgang, Heft 6, S. 9–12.
4. Krewerth A., Tschöpe T., Ulrich J.G., Witzki A. Berufsbezeichnungen und ihr Einfluss auf die Berufswahl von Jugendlichen: Theoretische Überlegungen und empirische Ergebnisse. Bielefeldt: W.Bertelsmann Verlag, 2004. 148 S.
5. Poddey A. Entwicklung eines Fragebogens zur Erfassung des Einflusses von Berufsbezeichnungen auf die berufliche Orientierung von jungen Frauen und Männern. Bonn: Universitätsverlag, 2003. 68 S.

Л. А. Мулляр

г. Пятигорск, Ставропольский край

ОБРАЗ-КОНЦЕПТ «РЕМЕСЛЕННИК» В ФОЛЬКЛОРНОМ ЭПОСЕ

Социокультурная реальность традиционно формируется и, главное, мыслится как приоритетно мужское пространство. Мужские сообщества и мужские ценности оказывают определяющее влияние на развитие всего социума: мужчина есть «совершенная активность» (Вейнингер), «существо ясных линий» (Ортега-и-Гассет). Содержащиеся в мифоэпических и фольклорных структурах культуры комплексы хозяйственно-трудовых стереотипов правомерно рассматривать как ментально-ценностные и культурологические основания производственной доминации мужчины – «творческий порыв, акт вдохновения и воли» (Хамитов) – в системе экономики. Главная фигура в мифе/сказке – Герой, который оказывается или становится делоустроителем человечества: культурный герой дарует людям артефакты; герой-демиург создает, творит артефакты; герой-странник путешествует в поисках артефактов. Фольклорно-эпическая вариация героя-демиурга как создателя репрезентирована именно образом-концептом Ремесленник: сказка конституциализирует и специфицирует подготовку и утверждение героя в роли ремесленника-демиурга и в мужском продуктивном поведении; проецирует мужское начало посредством демонстрации прецедентов производственной актантактивности фольклорных персонажей.