

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет»

ШКАТОВСКИЕ ЧТЕНИЯ

*Материалы
Международной научной конференции*

**Челябинск
01 ноября 2024 года**

Челябинск
Издательство Челябинского государственного университета
2024

УДК 81
ББК Ш10
Ш663

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Челябинского государственного университета

Редакционная коллегия

А. А. Селютин, кандидат филологических наук, доцент (ответственный редактор)
Т. В. Борисенко, кандидат филологических наук (заместитель ответственного редактора)
Е. В. Шелестюк, доктор филологических наук, доцент
Н. В. Гришина, кандидат исторических наук, доцент
Т. Г. Попова, доктор филологических наук, профессор

Ш663 **Шкатовские чтения** : материалы Междунар. науч. конф., Челябинск, 01 ноября 2024 г. [научное сетевое издание] / отв. ред. А. А. Селютин. – Челябинск : Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2024. – 611 с. – URL: <https://vk.com/shkatova.conference2024>
eISBN 978-5-7271-2011-8
doi 10.47475/9785727120118

В сборнике представлены статьи российских и зарубежных ученых, принявших участие в международной научной конференции, посвященной памяти доктора филологических наук, профессора Людмилы Александровны Шкатовой, внесшей огромный вклад в развитие современной отечественной науки в области терминологии и теории коммуникации. Материалы конференции отражают актуальные научные мысли по приоритетным направлениям: профессиональная коммуникация, терминология и лексикография, коммуникативные стратегии корпоративной культуры, основы межкультурной коммуникации, лингвокультурология, современная медиакоммуникация, история университетов и практики наставничества.

Издание адресовано специалистам в области лингвистики, аспирантам и студентам лингвистических и филологических факультетов высших учебных заведений.

УДК 81(082)
ББК Ш10я43

Сборник издается в авторской редакции

ISBN 978-5-7271-2011-8

© Коллектив авторов, текст, 2024
© Челябинский государственный университет, 2024

СОДЕРЖАНИЕ

Секция 1. ЯЗЫК ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

<i>Альяных Е. В.</i> Методический потенциал использования инструментов корпусной лингвистики в обучении иностранным языкам студентов информационно-технологического профиля	9
<i>Валеев Г. К.</i> Проблемы дифференциации тюркизмов русского языка	12
<i>Власова Т. А.</i> Риторические особенности современной проповеди	19
<i>Власян Г. Р., Шкода Ю. Д.</i> Особенности использования хеджей-аппроксиматоров в англоязычном спортивном дискурсе (на материале репортажей Формулы 1) ...	24
<i>Глухов И. Ю., Лобачёва Н. А.</i> Правила языковой профессиональной коммуникации в сфере художественной культуры	27
<i>Голованова Е. И.</i> Проблема востребованности обозначений с приставкой ЗА- в военной коммуникации	31
<i>Гордиенко О. А., Шапошникова Т. Л., Юсупова Ю. Ш.</i> Предъявление иностранцам терминологии подъязыка физики в границах учебного гнездового словообразовательного словаря	35
<i>Гусева А. А., Власян Г. Р.</i> Основные функции лингвистического хеджирования в американском политическом дискурсе	39
<i>Дубровская Д. В., Борисенко Т. В.</i> Актуализация концепта СЕМЬЯ в трудах М. В. Панова	43
<i>Елистратов А. А.</i> О словарном описании неофициальных спортивных антропонимов (на материале «Словаря уфимского сленга»)	47
<i>Загидуллина М. В.</i> О границах популяризации науки в аспекте проблемы языков профессиональной коммуникации	52
<i>Зорина А. В.</i> Средства реализации лексической когезии в туристическом дискурсе	56
<i>Казакова Е. Р.</i> Особенности политической метафоры на примере текстов выступлений представителей ЛДПР	60
<i>Каримова Р. Х.</i> Структурно-семантические особенности экономической лексики в немецком языке	65
<i>Котюрова М. П., Макаров С. О.</i> Научный текст в исполнении естественного и искусственного интеллекта	71
<i>Кривоносов А. Д.</i> Терминография новых научных дисциплин: особенности создания словаря рекламы и PR	76
<i>Кузнецова Т. Н.</i> Моделирование речевого поведения в профессиональной сфере	81
<i>Курышева А. В., Давыдова Е. А.</i> Порядок слов в английском предложении	88
<i>Ладыгина С. Ю.</i> Пропозициональные схемы многокомпонентных наименований профессионального деятеля в терминосистеме автомобилестроения	91
<i>Лысанова Н. А.</i> Поэтическая речь – это «произведение тонкой архитектуры»	94
<i>Мамедова А. Ю., Шевелева И. А.</i> Использование языковых корпусов на уроках английского языка как средство совершенствования навыков исследовательской деятельности учащихся старшей школы	102
<i>Меньшенина А. А.</i> Понятие и цели популяризации научных знаний	106
<i>Нургалеева Д. В.</i> Тематическая структура научно-популярных лингвистических текстов	111
<i>Посинов Д. Б.</i> Языковые характеристики англоязычного судебного дискурса: прагмалингвистический аспект	114

<i>Соколова Д. А.</i> История становления юридической лингвистики как науки за рубежом	119
<i>Терешкина Н. В., Шевелева И. А.</i> Сравнительный анализ лексических единиц <i>tolerate</i> и <i>put up with</i> на примере корпуса английского языка Марка Дэвиса (Corpus of Contemporary American English)	123
<i>Тимошина В. С.</i> Лингвистический корпус English-Corpora:COCA как интермедиаальный инструмент при обучении студентов языкового профиля	127
<i>Тисленкова И. А.</i> Демонстративная тональность в профессиональной коммуникации врача	132
<i>Тугай Л. А., Миронова А. А.</i> Речевые приемы имитации официально-делового стиля в мошенническом дискурсе	136
<i>Турко У. И.</i> Орфоэпические словари как консерваторы языковой нормы	140
<i>Харитонова И. С.</i> Речевой жанр «Совет» в профессиональной интернет-коммуникации (на материале профессионального сообщества преподавателей РКИ)	143
<i>Чупракова О. В.</i> Игровой компонент в процессе формирования иноязычной профессиональной коммуникативной компетенции студентов неязыковых вузов	149
<i>Языкова Ю.</i> Конфликтное общение как часть коммуникативного процесса в профессиональной деятельности ветеринарного врача	153
<i>Al-Lami Hussein Mohammed Breesam.</i> Quantitative analysis of medical texts	156

Секция 2. КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

<i>Боева Г. Н.</i> Локация университета как культурный и образовательный ресурс	161
<i>Бренман А. И.</i> Коммуникативные стратегии корпоративной культуры: влияние на эффективность и конкурентоспособность организаций	164
<i>Заболотнева О. Л.</i> Имиджевый текст образовательной организации: один из аспектов коммуникативного аудита	168
<i>Захарова И. О., Татарина Е. А.</i> Современные корпоративные коммуникационные стратегии	173
<i>Зубарева Е. В.</i> Совершенствование системы контроля лингвистической компетенции, знаний, умений и навыков обучающихся и учета успеваемости и посещаемости студентов в цифровой экосистеме вуза	177
<i>Кожухова И. В.</i> Коммуникативный аудит: некоторые аспекты и возможности применения на факультете	181
<i>Кравченко М. А.</i> Метаязыковое маркирование прагматических стратегий эвфемизации / дисфемизации в дискурсе	184
<i>Маджаева С. И.</i> Языковая среда медицинского вуза	190
<i>Михонов В. В., Хажакян В. О., Ерёменская Л. И.</i> Влияние глобализации на корпоративную культуру и коммуникативные стратегии российского авиастроения	194
<i>Мыслик А. И.</i> Коммуникативная стратегия извинения в современной англоязычной коммуникации	197
<i>Пчелинцева С. Н., Шебанова В. И., Шебанова С. Г.</i> Влияние социальных сетей на язык и культуру профессиональной коммуникации	201
<i>Струженкова В. А., Колесникова Т. П.</i> Коммуникация, как зеркало корпоративной культуры управления человеческими ресурсами	207

<i>Турищев Д. К., Шубина Е. А.</i> Роль коммуникации в корпоративной культуре розничного бизнеса	212
--	-----

Секция 3. МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ОСНОВА КОНСТРУКТИВНОГО ДИАЛОГА

<i>Азоян Д. Т.</i> Особенности османской письменности и его использование в межкультурной коммуникации	217
<i>Балаганов Д. В.</i> Межкультурная коммуникация и проблемы перевода	220
<i>Видишева С. К., Ситникова Т. В.</i> Использование свободного ассоциативного метода для определения семантической освоенности заимствованных компьютерных терминов	223
<i>Гимранова Ю. А.</i> Литературное творчество как способ наладить коммуникацию для конструктивного диалога: на примере обзора произведений челябинского писателя А. Е. Попова	226
<i>Двинина С. Ю., Чабан А. Т.</i> Значение невербальных средств выразительности в британском художественном короткометражном фильме «Inseparable» режиссера Ника Уайта	236
<i>Ефимиади Л. К., Карипиди А. Г.</i> Проблемы интеграции иностранной терминологии в словарный состав русского языка	240
<i>Ещеркина Л. В., Скачкова Е. А.</i> Мотивационно-познавательные ценности как основа коммуникативной деятельности студентов	243
<i>Жаркова У. А., Кузнецова Н. Ю.</i> Некоторые аспекты самоидентификации мигранта в контексте психологического благополучия	247
<i>Зюкина З. С.</i> Формирование межкультурной компетенции в условиях межкультурной коммуникации студентов-билингвов	251
<i>Ковальчук Л. П.</i> Роль сайта вуза в привлечении иностранных студентов	254
<i>Краснопеева Е. С., Краева С. С.</i> Организационная лингвистика и переводоведение: точки пересечения (на примере интервью с переводчиками предприятий Челябинской области)	257
<i>Криворучко А. И.</i> Экология языка и филологическая топология: на пересечении культур и наук	260
<i>Лантух М. С.</i> Речевой конфликт в драматургическом дискурсе (на материале пьесы А. В. Вампилова «Старший сын»)	264
<i>Меняйло Е. С., Левина Е. А.</i> Медиалаборатория как средство обучения иностранному языку	273
<i>Орлова Т. С.</i> Русские устойчивые сравнения как средство репрезентации языковой картины мира и их перевод на английский язык	277
<i>Попова Т. Г.</i> Межкультурная коммуникация и проблемы перевода	281
<i>Салынская Т. В.</i> Иностраный язык как инструмент коммуникации в профессиональном контексте	284
<i>Суюнбаева А. Ж.</i> Процесс применения системы «казтест» в условиях трехязычия и результаты определения уровня знания государственного языка	288
<i>Тучкова И. Г.</i> Ролевая игра в развитии навыков межкультурной коммуникации	295
<i>Халуно О. И., Шаронова В. Б.</i> Языковая культура как аксиологический фактор в межкультурной коммуникации	298
<i>Хапчаев С. Т.</i> Синхронный перевод как инструмент межкультурной коммуникации: механизмы и стратегии	301

Чанышева З.З. Медиатизация и ее роль в создании кризисной политической коммуникации	310
Чиж Р. Н. Формирование профессиональной дискурсивной личности будущего журналиста на занятиях иностранного языка	315

Секция 4. ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ И СОВРЕМЕННАЯ ЯЗЫКОВАЯ КАРТИНА МИРА

Баймагомедова А. О., Ветошкин А. А. Лингвокогнитивная структура политкорректности в английском языке	321
Баранчук М. В., Васкадуве С. С. Т. Концепт <i>молодость</i> в русской и сингальской лингвокультурах	326
Бекджаев Т. Б. Слова благодарности и пожелания в туркменском языке	331
Беличенко Е. Д., Шаталова О. В. Особенности семантики и функционирование заимствований в сленге геймеров	335
Борисенко Т. В. Концепт РЕБЁНОК как элемент концептуальной категории СЕМЬЯ	339
Васкадуве С. С. Т., Харченко Е. В. Этнокультурная специфика функционирования колоронима белый в России и Шри-Ланке (на материале ассоциативного эксперимента)	344
Ваулина В. О. Колоронимы в испанской художественной литературе	349
Губанова А. В., Буровникова О. Н. Художественный концепт «вино» в поэзии Гая Валерия Катулла	355
Гылыжова Г. Н. Лексико-грамматические особенности произведений Махтумкули в переводе с туркменского на английский язык	359
Дворкина А. А. Языковой портрет морских волшебных существ в британских сказках	363
Залялетдинов И. Ф. Лексико-семантический анализ ономастических реалий в произведениях Дж. Роулинг о Гарри Поттере	366
Захарова О. С. Средства репрезентации гедонистической оценки в англоязычном фундаментальном аналитическом обзоре валютного рынка	369
Кирилина А. М., Николаева Л. В. Языковая репрезентация образа женщины в романе «Little women»	373
Крамаренко С. А. Лингвокультурологический аспект в освещении событий Арабской весны (на материалах англо- и арабоязычных СМИ)	377
Лэн Цзяжуй. Языковые средства создания образа продуктов питания в российской рекламе для китайской аудитории	383
Милетова Е. В. Диахронический анализ метафоры в тексте религиозной проповеди (на материале английского языка)	386
Неустроева В. В., Андреева А. А. Влияние подкастов на современную языковую картину мира и образовательный процесс	390
Омельченко Е. В. «Сияющая темнота»: языковое воплощение экзистенциальных понятий в творчестве Юна Фоссе	394
Осокина Е. А. Образы небесных светил в песенном дискурсе (на материале текстов песен рэп-исполнителей)	402
Педич Г. Г. Истоки русской словесности	410
Руссу К. Р. Текстовый анализ розыскных документов конца XVIII – начала XIX века, содержащих дискурсивное событие «розыскное предписание»	415

<i>Савко П. В.</i> Концептуальные основы конструирования реальности в рекламе банковских услуг	420
<i>Селютина Е. А.</i> Нарратив о «бедном литераторе» в анкете-биографии эпохи модерна	429
<i>Супрунова Е. В.</i> О ключевых понятиях лингвокультурологии	433
<i>Ука Дату Абдула Мартинес III.</i> The Representation of Perception in Phraseological Units	436
<i>Фирсова С. В., Голубева Т. И.</i> Лингвокоммуникационные аспекты в языковой картине мира	440
<i>Фу Хуэйюй.</i> Лингвокультурология и современная языковая картина мира	446
<i>Хасанов А. М.</i> Лингвокультурные особенности диалектных слов	450
<i>Хрущева О. А., Шурбаева Д. М.</i> Лингвокультурные особенности инклюзивной лексики (на примере современного английского и русского языков)	453
<i>Шаллыева Е.</i> Tuug poetry traditions in the Turkmen literature	455
<i>Ян Цзинь.</i> Образ героя в языковом сознании носителей русского и китайского языков (на материале опросов)	458

Секция 5. ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

<i>Апаркина А. А., Ветошкин А. А.</i> Лексические особенности заголовков в британской прессе	463
<i>Беспалова Е. А., Чапурина В. С.</i> Медиа инструменты создания успешного личного бренда	466
<i>Добрикова К. А., Шабанова Е. Ю.</i> Лингвостилистические и функтивно-прагматические способы создания комического эффекта в мем-коммуникации	471
<i>Дроздова Т. В.</i> Языковые средства манипулирования сознанием обывателя в российских медиатекстах, посвященных искусственному интеллекту	475
<i>Ефимова О. В.</i> Особенности регионального подкастинга в системе медиакоммуникаций (на примере Новгородского медиаполя)	482
<i>Илларионова И. А., Чекменёва С. В.</i> Конвергенция студенческих СМИ в условиях трансформации современных медиакоммуникаций	485
<i>Казанцева Т. А.</i> Авто- и гетеростереотипы о россии и русских в языковом сознании молодежи и в СМИ	492
<i>Карпенко О. А.</i> Особенности взаимодействия социального и культурного семейного человеческого капитала и потенциала в свете современной медиакоммуникации	500
<i>Лошак Г. В., Абкадырова И. Р.</i> Прагматические функции судебного дискурса Дж. Делпа в ходе процесса о диффамации против Э. Херд	504
<i>Олизько Н. С.</i> Ребрендинг как средство привлечения иностранных студентов: лингвапрагматический анализ	509
<i>Паненкова О. А., Рамис Р. Г.</i> Фанфикшн, как жанр Интернет-дискурса	512
<i>Пастухова О. Д., Титова Е. А.</i> Визуальные средства формирования имиджа вуза в рамках университетского дискурса (на материале Челябинского государственного университета)	516
<i>Подтележникова Е. Н.</i> Экспрессивный потенциал трансформированных фразаологизмов в медиатекстах	520
<i>Салихова Э. А.</i> Национальное телерадиовещание как фактор сохранения языка и культуры (на примере башкироязычных СМИ республики)	523

<i>Ткачева А. Н.</i> Своеобразие разговорного стиля во французском кинодискурсе	529
<i>Федосеева Н. И., Иванова А. Е.</i> Визуальный контент в сетевых СМИ как эффективный способ медиакommunikации	532
<i>Чернышева Л. М.</i> Структурные характеристики инверсии в удмуртской публицистике	536
<i>Чжао Шупин.</i> Образ Пекина в туристической интернет-рекламе и языковые средства его создания	540
<i>Шаталова О. В., Суркова А. В.</i> Языковая специфика креализованного мема: пунктуационный аспект	545

**Секция 6. ИСТОРИЯ УНИВЕРСИТЕТОВ И УНИВЕРСИТЕТЫ
В ИСТОРИИ: ТРАДИЦИИ УНИВЕРСИТЕТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

<i>Алексеева Л. М., Мишланова С. Л.</i> Принципы исследования термина в пермской терминологической школе	558
<i>Будейко В. Э.</i> Об основах филологического образования в современной России	566
<i>Гришина Н. В.</i> Самоощущения университетариев в период актуализации памяти корпорации (на примере юбилейных текстов региональных вузов)	575
<i>Гришина Н. В., Кламм В. А.</i> Университеты как центры подготовки научных кадров: место университетов в советской диссертационной культуре (1930 – середина 1950-х гг.)	578
<i>Скворцов А. М.</i> Образ учителя в памяти научного сообщества: механизм формирования (на материалах петербургской школы антиковедения рубежа XIX – XX вв.)	581
<i>Яковлева Е. А.</i> Города подобны романам: каждая улица – страница, каждое здание – глава	587
<i>Tian Jialiang.</i> A study of the TPRS pedagogy to promote the quality of immigrant education	596
<i>Chen Huan.</i> The cultivation of English reading ability of primary school students	599
<i>Zhao Weicheng.</i> The Application of Group Cooperation in Spoken English Teaching in Junior High School	602
<i>Zhen Zhen.</i> Opportunities and Challenges of Information Technology in English Teaching	605
<i>Xiao Nan Nan.</i> Discussion on the influence of online learning on modern college education	609

ЯЗЫКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Е. В. АЛЪЯНЫХ

Брянский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
(Брянск, Россия)

МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ КОРПУСНОЙ ЛИНГВИСТИКИ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ СТУДЕНТОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ

METHODOLOGICAL POTENTIAL OF USING CORPUS LINGUISTICS TOOLS IN TEACHING FOREIGN LANGUAGES TO STUDENTS OF INFORMATION TECHNOLOGY PROFILE

Аннотация

В статье рассматриваются методический потенциал использования инструментов корпусной лингвистики, применимых в обучении английскому языку студентов информационно-технологического профиля. Метод применения корпуса в обучении иностранным языкам является относительно новым и требует изучения, в связи с высоким образовательным потенциалом. На разных этапах занятия по иностранному языку работа с корпусом может выполнять исследовательскую, мультимедийную, мониторинговую, иллюстративную функции, что позволяет говорить о корпусных массивах как о многогранном средстве обучения английскому языку с погружением в цифровую среду, что обеспечивает междисциплинарный характер обучения. Применение корпуса особенно актуально в обучении английскому языку студентов информационно-технологического профиля, в связи с возможностями рассмотрения контекстных значений, частотной сочетаемости, семантики профессиональных терминов при помощи лингвистического корпуса.

Abstract

The article examines the methodological potential of using corpus linguistics tools used in teaching English to students of information technology profile. The method of using the corpus in teaching foreign languages is relatively new and requires study, due to its high educational potential. At different stages of a foreign language lesson, working with the corpus can perform research, multimedia, monitor, illustrative functions, which allows us to talk about corpus arrays as a multifaceted means of teaching English with immersion in a digital environment, which ensures the interdisciplinary nature of learning. The use of the corpus is especially relevant in teaching English to students of the information technology profile, due to the possibilities of considering contextual meanings, frequency compatibility, semantics of professional terms using the linguistic corpus.

Ключевые слова: корпусная лингвистика, корпус, иностранный язык, английский язык, обучение, термин.

Keywords: corpus linguistics, corpus, foreign language, English, teaching, term.

С процессом цифровизации в преподавании иностранных языков появляется необходимость в поиске новых методов и средств обучения, отвечающим запросу общества, которое находится на этапе четвертой промышленной революции (the fourth industrial revolution), связанной с развитием цифровых технологий.

В процессе превращения аналоговых данных и рабочих процессов в цифровой формат происходит изменение традиционных инструментов лингвистики (бумажные сло-

вари переходят в цифровую плоскость, например, онлайн-версии Cambridge Dictionary, Oxford Dictionary). Помимо трансформации широко известных лингвистических инструментов, создаются новые формы. К ним относятся корпуса текстов. Среди англоязычного корпуса можно выделить British National Corpus, Corpus of Contemporary American English и др. Применение корпуса в процессе обучения иностранным языкам является относительно новым методом лингвистической педагогики. Исследование корпуса текстов является областью корпусной лингвистики.

В отечественной литературе наиболее принято определение вышеупомянутой области языкознания, которое дал В.П. Захаров. Оно гласит, что «Корпусная лингвистика – раздел компьютерной лингвистики, занимающийся разработкой общих принципов построения и использования лингвистических корпуса (корпуса текстов) с применением компьютерных технологий» [Захаров, 2013, с. 5]. Однако, некоторые ученые (например, В.В. Мамонтова) считают, что данное определение ограничивает дисциплину, относя ее к компьютерной лингвистике, в то время как в работе с корпусами компьютер используется только как инструмент.

Один из основателей корпусной лингвистики Джон Синклер определял лингвистический (языковой) корпус как «собрание отрывков электронных текстов, отобранных в соответствии с внешними критериями, чтобы наиболее полно представлять язык или вариацию языка» [Sinclair, 1991, p. 14]. Согласно Захарову, под данным термином подразумевается «большой, представленный в электронном виде, унифицированный структурированный, размеченный, филологически компетентный массив языковых данных, предназначенный для решения конкретных лингвистических задач» [Захаров, 2013, с. 5]. Среди характерных черт корпусной лингвистики можно выделить: машиночитаемый формат, репрезентативность, металингвистическая информация.

Методологический аппарат корпусной лингвистики может стать многофункциональным инструментом в обучении английскому языку студентов информационно-технологических профилей в связи с интердисциплинарным характером. Более того, с помощью британского и американского корпуса, студенты могут сопоставить вариации терминов профессиональной сферы в британском и американском английском языках. Студентам информационно-технологических профилей лексикографический анализ на базе корпуса представляет собой вспомогательный инструмент раскрытия контекстного значения, частотной сочетаемости с лексическими единицами, семантики профессиональных терминов. Поиск по корпусу выдает все употребления слова в контексте, управление, интертекстуальность.

Несмотря на то, что терминологическая лексика закреплена в существующих словарях, количество появляющихся лексических единиц, а также их контекстных значений, растет. Что касается осмысления изменения значения слова необходимо использовать диахронический аспект, рассматривающий все возможные преобразования через призму вызвавших их причин [Шевелева, 2023, с. 380]. Следовательно, появляется необходимость в анализе и корректировке базового и непрерывно изменяющегося лексического материала. Ресурсы корпуса текстов могут стать вспомогательным инструментом в данной задаче. После короткой регистрационной формы в ресурсе English-Corpora.org открывается доступ ко множеству ресурсов (iWeb: The Intelligent Web-based Corpus, Corpus of Historical American English, The Movie Corpus и др.). Массивы языков данных подлежат как скачиванию, так и онлайн просмотру. Помимо фрагментарного вычленения необходимых слов, корпус дает возможность ознакомиться с более развернутым контекстом при нажатии на ссылку со случаем употребления. Кроме того, можно найти выходные данные статьи, если корпусный массив представлен из академического или публицистического журнала и продолжить изучения интересующей темы на иностранном языке. Таким образом, в данном случае корпус выполняет иллюстративную, мониторинговую и исследовательскую функции.

В изучении профессиональной лексики у студентов информационно-технологического профиля сложность составляют кальки – слова, созданные по иноязычной словообразовательной модели, но из материала данного языка. К примеру, перевод слова «display» (изображение) – как дисплей, «cursor» (стрелка, указатель) – как курсор, что является калькой и препятствует лучшему пониманию механизма устройства. Исследование корпуса способствует более глубокому пониманию значений терминов, а также формированию представления о контекстности термина.

Остановимся подробнее на корпусе COCA (Corpus of Contemporary American English), который позволяет добиться наглядной демонстрации необходимости рассмотрения слова в разных контекстах студентами для лучшего понимания языковой единицы. Изучая слова в различных контекстах проще увидеть практическое различие терминов, выявить устойчивые выражения, а также выделить их в отдельную базу при помощи функции сохранения примеров. К примеру, данный ресурс выдает 25224 примеров употребления лексемы display, 18717 текстов с термином «monitor» и 32580 примеров лексической единицы «screen», что способствует тому, чтобы студенты самостоятельно пришли к различию между терминами, в особенности в техническом смысле, изучив множество контекстов. Более того, в разделе «word» представлена структурированная информация о лексической единице: часть речи, определение, частотность употребления в различных источниках (BLOG, WEB, TV/M, SPOK, FIC, MAG, NEWS, ACAD), синонимы, темы, сочетаемость, слова, образованные путем словообразования от исходного термина, возможные предлоги.

В зависимости от задач этапа занятия, работа с корпусом может выполнять исследовательскую, мультимедийную, мониторинговую, иллюстративную функции, что позволяет говорить о корпусных массивах как о методах обучения английскому языку с высоким образовательным потенциалом. Еще один метод обучения иностранным языкам – создание собственного корпуса, когда преподаватель или студенты загружают, или создают свой корпус с терминами, который подлежит корпусному анализу каждого слова на предмет частотности употребления, контекстности. Итак, перед студентами возникает пространство для изучения профессиональных терминов по средству создания искусственного текста как обработки естественного языка – использование наиболее частотных единиц, логической связности, сочетаемости. В то же время обучающиеся погружаются в языковую среду, перенимая грамматические конструкции на бессознательном уровне благодаря регулярной работе с аутентичным английским текстом.

Таким образом, корпуса служат для оперативного анализа лексической базы в синтезе с новыми тематиками и общественно значимыми дискурсами. Безусловно, важно учитывать традиционные средства отбора лексических единиц по необходимой тематике, которые совместно с инструментами корпусной лингвистики, позволят создать релевантную теме лексическую базу.

Кроме того, корпуса могут служить предметом языковой рефлексии с погружением в цифровую среду, что обеспечивает междисциплинарный характер в обучении студентов информационно-технологических профилей английскому языку, а также повышает цифровую компетенцию обучающихся. Использование инструментов корпусной лингвистики дает возможность лексикографических исследований, работы с анализом данных корпусных массивов и потенциал для создания студентами информационно-технологического профиля своего собственного корпуса: исследовательского, статического, мультимедийного.

Список литературы

1. Захаров, В. П. Корпусная лингвистика: Учебник для студентов направления «Лингвистика» / В. П. Захаров, С. Ю. Богданова. – СПб. : СПбГУ. РИО. Филологический факультет, 2013. – 148 с.

2. Мамонтова, В. В. Корпусная лингвистика в современной парадигме // Актуальные вопросы современной науки. – 2010. – № 12. – С. 230–238.

3. Мартыненко, И. А. Корпусная лингвистика как инструмент для изучения юридической лексики / И. А. Мартыненко, О. Г. Злобина // Вестник университета имени О. Е. Кутафина. – 2018. – № 11. – С. 88–98.

4. Шевелева, И. А. Расширение структуры лексического значения слова как результат влияния экстралингвистических факторов (на материале электронного словаря Oxford advanced learner's dictionary) / И. А. Шевелева, О. А. Митина // Вопросы филологии и переводоведения в контексте межкультурного взаимодействия : материалы междунар. науч. конф. (19-20 октября 2023 г.). – Чебоксары : Чуваш. гос. пед. ун-т, 2023. – С. 308-315.

4. Sinclair, J. Corpus Concordance // Describing English Language. – Cambridge : Cambridge University Press, 1991. – 194 p.

Г. К. ВАЛЕЕВ

Костанайский филиал
Челябинского государственного университета
(Костанай, Казахстан)

ПРОБЛЕМЫ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ТЮРКИЗМОВ РУССКОГО ЯЗЫКА

PROBLEMS OF TURKISMS DIFFERENTIATION OF THE RUSSIAN LANGUAGE

Аннотация

Словарный состав русского языка с древнейших времен пополняется за счет заимствованной лексики сопредельных языков, среди которой значительное место занимают тюркизмы. Более чем за двухтысячелетнюю историю тюркско-русских контактов большинство из них вошло в русский язык изустно, уже адаптировавшись в русской разговорной речи. Рассмотрев результаты изучения тюркизмов русского языка, автор предлагает составлять историко-этимологические словари тюркизмов русского языка по хронологически-языковым (булгарскому, огузскому, кыпчакскому) срезам. Только выявив родовые языковые признаки, появится возможность говорить (и составлять словари) о гипонимическом ряде тюркизмов: татаризмах, туркизмах, казахизмах и других лексических заимствованиях русского языка.

Abstract

The vocabulary of the Russian language has been replenished since ancient times due to the borrowed vocabulary of the neighboring languages, among which Turkisms occupy a significant place. For more than two thousand years of the history of Turkic-Russian contacts, most of them came to the Russian language by word of mouth, having already adapted to Russian colloquial speech. Having considered the results of studying of the Turkisms of the Russian language, the author proposes to compile historical and etymological dictionaries of the Turkisms of the Russian language according to chronological and linguistic sections (Bulgar; Oguz, Kipchak). Only by identifying generic linguistic features it will be possible to speak (and compile dictionaries) about a hyponymic number of Turkisms: Tatarisms, Turkisms, Kazakhisms and other lexical borrowings of the Russian language.

Ключевые слова: русский язык, заимствованная лексика, тюркизмы, история изучения, исследователи, словари тюркизмов, недостатки их, принципы построения словаря тюркизмов.

Keywords: *the Russian language, borrowed vocabulary, Turkisms, history of study, researchers, dictionaries of Turkisms, their shortcomings, principles of constructing a dictionary of Turkisms.*

Общеизвестно, что язык хранится в словарном фонде, а реализуется в речи, выполняя основную свою функцию по сохранению культуры народа и передачи его следующему поколению. Словарный состав языка любого народа является хранилищем его исторической памяти от зарождения этноса до современного состояния.

Россия исторически сложилась как полиэтническое общество и многонациональное государство. Лучшие умы страны постоянно ощущали, знали и подчеркивали то, что Россия, как отметил Владимир Владимирович в статье «Национальный вопрос» еще в 2012 г. – «государство, в котором постоянно шел процесс взаимного привыкания, взаимного проникновения, смешивания народов на семейном, на дружеском, на служебном уровне» [Путин, 2012]. К. Д. Ушинский, будучи профессором Ярославского Демидовского лицея 18 февраля 1848 г., в своей четвертой лекции «О камеральном образовании» говорил: «Твердая светлая природа славянина, грустная и покорная природа финна, отголоски грозного скандинавского обычая и привольной жизни степей – все это слилось в самобытное нечто в характере этого созданного империей народа. Принадлежа к племени славянскому по языку и светлой части своего характера, этот срединный, связующий Россию народ соединил в себе и много финского и татарского, подчинив его славянскому элементу. На запад и восток, север и юг простирает он свою народность, везде находя себе отзыв. Он захватывает и связывает своим собственным характером все народности, все окраины народностей русских» [Ушинский, 1948, с. 115]. В период роста национального самосознания, освобождения его от феодальных крепостных шор, русская интеллигенция, ощущая абсорбный характер русского этнического типа и формирующегося литературного языка, стремилась изучить его.

Систематический интерес к восточным словам в русском языке возник еще в XVIII веке. Первый известный опыт принадлежит Василию Тузову, который в 1769 году в сатирическом журнале «Поденщина» представил словарь русских слов, сходных со словами восточных языков.

В 1812 году Общество любителей русской словесности при Московском университете выдвинуло конкурсную тему исследования о влиянии других языков на русский язык, где должен был рассматриваться и вопрос о вкладе «татарского языка» (т. е. тюркских языков) в русский словарь. Но такое исследование осталось невыполненным. Большой интересный материал о тюркских словах в русских говорах содержится в «Материалах для сравнительного и объяснительного словаря и грамматики», вышедших в 1854 году под редакцией И. И. Срезневского. В первом томе «Материалов» были опубликованы списки русских слов, сходных с восточными, и указан возможный источник среди восточных языков. В составлении этих глоссариев приняли участие русские востоковеды И. Н. Березин, А. А. Бобровников, В. В. Григорьев, А. К. Казымбек, И. М. Ковалевский, П. Я. Петров, А. М. Шёгрен.

Вектор изучения тюркизмов русского языка, заданный «Материалами» И. И. Срезневского, в дальнейшем остался неизменным. Слова тюркского происхождения в русском языке, так и русские ориентализмы в целом, если не рассматривать многочисленных статей и заметок по этимологии отдельных тюркизмов, изучаются в двух аспектах: а) при анализе лексического состава праславянского и конкретных славянских языков; б) при характеристике словарного состава письменного памятника.

К первому типу работ относятся словари Ф. Миклошича [Miklosich, 1884-1890], А. Г. Преображенского [1910-1914], М. Фасмера [1986-1987], О. Н. Трубачева [Этимологический словарь, 1974-2022] и др. М. Фасмер для наведения справок по тюркским

словам весьма некритически пользовался лишь данными «Опыта словаря тюркских наречий» В. В. Радлова [1893-1911], на что обратили внимание переводчик словаря О. Н. Трубачев и редактор издания Б. А. Ларин.

К данному типу исследований примыкают рецензии отечественных тюркологов к изданиям русских словарей. В 1958 году вышла большая статья Н. К. Дмитриева «О тюркских элементах русского словаря» [Дмитриев, 1958], которая представляет собой тюркологический комментарий к «Толковому словарю русского языка» под редакцией Д. Н. Ушакова. Э. В. Севортян в 1962 году опубликовал статью «О тюркских элементах в «Русском этимологическом словаре» М. Фасмера» [Севортян, 1962]. А. Н. Кононов в «Заметках тюрколога на полях «Словаря русских народных говоров» [Кононов, 1966, 1969] дал справки по тюркизмам к первым трем томам «Словаря». Л. А. Кубанова исследовала тюркизмы в «Словаре» В. И. Даля [Кубанова, 1968] и т.д.

Второй тип изучения тюркизмов русского языка начинается со знаменитой полемики русских востоковедов П. М. Мелиоранского [Мелиоранский, 1902, 1905] и Ф. Е. Корша [Корш, 1903, 1906], открывших дискуссию о тюркских элементах в «Слове о полку Игореве». Усилия ученых по изучению тюркизмов древнерусского памятника нашло отражение в монографиях Карла Менгеса [1979], Н.А. Баскакова [1985] и шеститомном «Словаре-справочнике «Слова о полку Игореве» [1974-2002]. Также изучаются тюркизмы других древнерусских памятников («Повести временных лет», «Хождения Афанасия Никитина», русских былин, повестей и сказаний XIII-XV вв. и т. д.), тюркизмы в языке русских писателей, их представительство в лексическом составе восточнославянских языков и т. д. Основательную библиографию ориентализмов с древности до 80-х годов XX века подготовили И. Г. Добродомов и Г. Я. Романова [Добродомов; Романова, 1979, с. 211-238].

Несмотря на двухтысячелетние контакты славянских и русского народов на восточно-европейской равнине с носителями тюркских языков, обширное представительство тюркских элементов во всех уровнях и стилях русского национального языка, тюркизмы в русской филологии не стали самостоятельным объектом изучения. Более того за последнее столетие в изучении ориентализмов русского языка наметилась некая стагнация: в русистике продолжается, в лучшем случае, накопление фактов в связи с введением в научный оборот новых памятников, а в многочисленных научно-популярных изданиях и школьных этимологических словарях часто повторяются далеко не лучшие толкования тюркизмов.

Этому есть ряд социолингвистических, лингвокультурологических и языковых причин.

1. Как отметил русский философ Н. К. Рерих, «казалось бы, совершенно ясно, что каждая страна проходит степень общности, то есть цивилизации, которая в высоком синтезе создает вечное, неистребимое понятие Культуры. Как мы видим на многих примерах, цивилизация может погибать, может совершенно уничтожаться, но Культура в неистребимых духовных скрижалях создает великое наследие, питающее будущую молодую поросль» [Рерих, 1991, с. 28-29]. Многие общественные формации, страны и их цивилизации, существовавшие на территории современной России, исчезли, но культура их народов повлияла, обогатила и стала составной частью русской культуры. Сейчас исследователи различают материальную и духовную культуру, слово культура в обыденном сознании связывается только с духовной культурой. Материальные достижения любого народа, цивилизации становятся общечеловеческим достоянием, они продолжают функционировать, их принадлежность некогда к другой цивилизации, народу перестает быть актуальной.

2. К началу XVIII века политико-административные, военные, технические и материальные новшества, присущие восточным, в т. ч. и татарским ханствам, приемникам Золотой Орды, были освоены Московским государством. Заимствованные в предшествующие столетия понятия и вещи и слова их обозначающие, пришли, говоря словами М.

В. Ломоносова, в «такое обыкновение, как будто сперва в российском родились». Приведем ряд «культурных» слов русского языка, источником или последним посредником при заимствовании которых были тюркские языки: *печать, кирпич, жест, стакан, хозяин, сановник, товар, товарищ, вор, казак, палач, бумага, десть «мера бумаги», книга, карандаш, есаул, улан, чугуны, тормоз, деньги, копейка, таможня, казна, барыш «прибыль», артель, кабала, каторга, тюрьма, туман, сарай «дворец», терем, чертог, чердак, караул, каюк, лафа, кайф, барабан, набат, булат, кинжал, сабля, шатер, курган, маяк, караван, каланча, капкан, боярин, хорунжий, шашка, палаши, бурав, кобура, тюфяк «пушка», куртка, штаны, тулуп, софа, кашемир, кумач, палас, ковер, сафьян, бергамот, алмаз, бирюза, юбка, колпак, сарафан, баширек, сапог, чулок, карман, сундук, диван, жемчуг, бисер, изумруд, нашатырь, нефть, саранча, сазан, кабан, баран, баклан, барсук, алыча, изьян, алыч, бурый, карий, кочан, кабачок, баклажан, изюм, курага, базар, балык, шершавый, взбалмошный, чокаться, ярлык. Тюркизмы, как и вещи и понятия, освоенные русским обществом, языком вошли в быт, в словарный состав языка и перестали восприниматься как символы цивилизации.*

3. В советском языкознании с шестидесятых годов прошлого века пробуждается интерес к структурализму, а также с бурным развитием прикладных и междисциплинарных отраслей гуманитарных, в частности, филологических наук в последние десятилетия ослабевают внимание лингвистов к сравнительно-историческим исследованиям. Из других отраслей языкознания, занимающихся сопоставительным изучением языков, типологическая лингвистика изучает схождение и расхождение между всеми уровнями языков, независимо от их генетической близости. Сопоставительная, или по новой терминологии, контрастивная лингвистика, выросшая из нужд преподавания неродного языка, сравнивает два языка по всем элементам системы и, по большому счету, продолжает обслуживать прикладные интересы. Поэтому проблема, вынесенная нами на обсуждение, находится на периферии этих дисциплин и раскрывается лишь опосредованно. Глубокое изучение взаимопроникновения лексических элементов типологически и генетически языков разных систем за двухтысячелетний период на Восточно-Европейской равнине могло стать непосредственной задачей ареальной лингвистики. Однако вопрос об адстратных явлениях праславянского, древнерусского и русского языков с инославянскими праязыками, тем более о языковых союзах на данной территории даже не ставился. Вероятно, эта проблема возникнет в ближайшем будущем.

Таким образом, задача, поставленная Обществом любителей русской словесности при МГУ в далеком 1812 году об изучении вклада «татарского» языка в русский словарь ещё не решена. Необходимость проведения фундаментального исследования тюркских лексических элементов русского языка и создания научного словаря тюркизмов русского языка была четко обоснована акад. Н. К. Дмитриевым [Дмитриев, 1958, С. 3-47]. Он ссылается на труды своих предшественников В. А. Богородицкого, А. В. Миртова, В. И. Абаева, К. Г. Менгеса, Т. Ковальского, в которых они, к сожалению, не прошли далее простой классификации тюркизмов. После большого теоретического введения Н. К. Дмитриев глоссарий тюркизмов разделил на три основных раздела: 1) «Тюркизмы, подтвержденные фактами»; 2) «Тюркизмы, требующие дополнительной документации»; 3) «Слова, причисляемые к тюркизмам в порядке гипотезы». В качестве недостатков принятых классификаций тюркизмов отмечается: 1) игнорирование хронологии; 2) стремление объяснять все тюркизмы из османского (турецкого) языка; 3) стремление базироваться только на данных турецкого литературного языка.

Несмотря на то, что в настоящее время наука располагает большим числом достоверных этимологий тюркизмов, написанных славистами и тюркологами, в лексикографической практике в подаче тюркизмов русского языка ничего не изменилось.

К примеру, возьмём тюркизмы на букву «Б» в четырехтомном «Словаре русского языка» [Словарь, 1981, с. 53-151]. Большая часть тюркизмов никак не выделена: балабан, баран, барбос, барс, барсук, бархат, бурка, бурун, бурый и др. По-прежнему находим полное ничем необоснованное смешение помет тюрк(ское), тур(ецкое), татар(ское), редчайшие пометы каз(ахское) – бархан, (туркмен)ское – буерак, аз(ербайджанское) – бурдюк никак не подтверждаются этимологическими словарями. Полностью игнорируется ареал бытования и миграция слов. Если в заимствованиях из западных языков частично прослеживаются языки-посредники бивак [фр. от нем.], бамбук [фр. от малайск.], то большое число тюркизмов игнорируется, они отнесены сразу к языку-источнику: перс(идское) – бадья, базар, бакшиш, бахча; ар(абское) – бисер, бязь; монг(ольское) – баламут и т. д. Ряд тюркизмов скрыт за пометами уст(арелое), обл(астное): батог, баштан; башибузук снабжен пометой тюрк(ское), хотя прямо в дефиниции слова говорится, что это «солдат нерегулярных конных частей турецкого войска».

Вероятно, достаточно даже этого небольшого экскурса, чтобы показать неотложность создания современного словаря тюркизмов русского языка. Ставший библиографической редкостью «Словарь тюркизмов русского языка» Е. Н. Шиповой [1976] является неполной не критической выборкой тюркизмов из ранее изданных словарей и научных трудов. Современное состояние русской и тюркской исторической лексикологии и этимологии позволяют исправить такие анахронизмы русской лексикографии.

Оборотная сторона проблемы. Со 2-й пол. XX в. ведутся исследования о лексических заимствованиях в русском языке из конкретных контактирующих с ним, в том числе и тюркских, языков, в основном, на материале текстов художественных произведений, написанных на русском языке и региональной печати. Появляются многочисленные списки, глоссарии, словари тюркизмов, тюркских регионализмов, в которых одни и те же слова, напр.: айда, алмаз, алтын, алый, амбар, арбуз, аркан, бархан, басурман, бахча, башлык, бисер, боярин, буерак, буран, бурый [Кушлина, 1968; Гальченко, 1975; Назыров, 1984; Хусаинов, 2012; Воробьев, 2015 и др.] причисляются к заимствованиям не только из конкретных – турецкого, татарского, казахского, туркменского, узбекского, башкирского и других тюркских языков, – но они же признаются заимствованиями из кавказских, иранских языков.

Поэтому мы полагаем, чтобы эффективно работать с восточными (и не только) заимствованиями русского языка необходимо, во-первых, дифференцировать тюркизмы от заимствований из соседних кавказских, иранских и других языков и классифицировать языковые фонетико-грамматические, социокультурные и лексические особенности тюркизмов русского языка.

Во-вторых, несмотря на близость фонетико-грамматического строя и лексического состава тюркских языков, реально возможно снова по языковым признакам тюркские лексемы дифференцировать по хронологическим срезам на болгарские, огузские и кыпчакские заимствования. Такие работы уже ведутся. В области наиболее древних болгарских заимствований в русском лексиконе успешно работал недавно ушедший от нас крупнейший востоковед проф. И. Г. Добродомов [1969, 1971, 1974].

Наконец, в-третьих, только зная материально-культурную компоненту появления данной вещи, артефакта в русском быту, опираясь на письменные документы, диалекты и говоры конкретного тюркского и русского языков можно вести разговор о заимствовании этого слова из какого-то существующего тюркского языка. Говорить, например, внутри кыпчакской группы языков о кумыкском, крымско-татарском, балкарском или ином языке, четко опираясь на языковые отличия конкретного языка от других родственных языков этой группы, либо опираясь на документальные и материальные свидетельства заимствования артефакта, социального явления у этого народа и языка.

В этом плане, вероятно, реально проще выделить позднейшие турецкие заимствования русского языка, так как они приходятся, в основном, на письменный период не ранее

XV в., во-вторых, связаны с историей артефактов и документированных политико-административных отношений с Россией [Юнал Керими, 2004; Валеев, 2005, с. 291-301] и, в-третьих, зарубежная лингвистика в плане тюркологии занималась только турецкими реалиями и уже проделала определенную работу. Вот почему Н. К. Дмитриев предостерегал отечественных лингвистов «объяснять все тюркизмы из одного только османского (турецкого языка), без учета других тюркских языков. Это типичный недостаток западноевропейских востоковедов, которые по общему правилу, весьма мало ориентированы в тюркских языках СССР» [Дмитриев, 1962, с. 518].

Список литературы

1. Баскаков, Н. А. Тюркская лексика в «Слове о полку Игореве». – М. : Наука, 1985. – 207 с.
2. Валеев, Г. К. Слова турецкого происхождения в русском языке // Научное наследие А.-З. Валиди Тогана и современные проблемы федерализма в России: межрег. науч.-практ. конф., посв. 115-летию со дня рожд. А.-З. Валиди Тогана. – Уфа, 2005. – С. 291-301.
3. Словарь-справочник «Слова о полку Игореве». В 6 т./ Виноградова В. Л. (сост.). – Ленинград : Наука, 1965-1984
4. Воробьев, В. В. Словарь тюркизмов: история и современность / В. В. Воробьев и др. – Уфа : РИЦ БашГУ, 2015. – 264 с.
5. Гальченко, И. Е. Глоссарий лексики языков народов Северного Кавказа в русском языке : учебное пособие. – Орджоникидзе : Изд. Сев.-Осет. ун-та, 1975. – 146 с.
6. Дмитриев, Н. К. О тюркских элементах русского словаря // Лексикографический сборник. Вып. 3. – М., 1958. – С. 3-47. (перепечатано в кн.: Н. К. Дмитриев. Строй тюркских языков. – Москва: Изд. восточной литературы, 1962. – С. 503-569).
7. Добродомов, И. Г. Библиография основной отечественной литературы по изучению ориентализмов в восточнославянских языках / И. Г. Добродомов, Г. Я. Романова // Менгес, К. Г. Восточные элементы в «Слове о полку Игореве». – Ленинград : Наука. 1979. – С. 211-238.
8. Добродомов, И. Г. Из болгарского вклада в славянских языках. I // Этимология. 1967 / Ж. Ж. Варбот (ред.). – М. : Наука, 1969. – С. 262-270.
9. Добродомов, И. Г. Из болгарского вклада в славянских языках. II // Этимология. 1968 / Ж. Ж. Варбот (ред.). – М. : Наука, 1971. – С. 189-196.
10. Добродомов, И. Г. Проблемы изучения болгарских лексических элементов славянских языках: автореф. дис. ... докт. филол. наук / И. Г. Добродомов. – М., 1974. – 37 с.
11. Кубанова, Л. А. Тюркизмы в диалектной лексике русского языка : по «Толковому словарю живого великорусского языка» В. И. Даля» : автореф. дис... канд. филолог. наук / Л. А. Кубанова. – М., 1967. – 20 с.
12. Корш, Ф. Е. По поводу второй статьи проф. Мелиоранского о «Турецких элементах в языке «Слова о полку Игореве» // ИОРЯС. – 1906. – Т. 11, кн. 1. – С. 259-315.
13. Корш, Ф. Е. Турецкие элементы в языке «Слова о полку Игореве». Заметки к исследованию П. М. Мелиоранского // ИОРЯС. – 1902. – Т. 7, кн. 2. – С. 273-302 // ИОРЯС. – 1903. – Т. 8, кн. 4. – С. 1-58.
14. Кононов, А. Н. Заметки тюрколога на полях «Словаря русских народных говоров» // ИСЛЯ. – 1966. – Т. 25. Вып. 3. – С. 226-229; Т. 28, Вып. 6, 1969. – С. 531-538.
15. Кушлина, Э. Н. Таджикские и узбекские слова в русском языке. – Душанбе, 1968. – 39 с.
16. Менгес, К. Г. Восточные элементы в «Слове о полку Игореве» / К. Г. Менгес ; пер с англ. А. А. Алексеев / А. Н. Кононов (отв. ред.). – Ленинград : Наука, 1979. – 266 с.

17. Мелиоранский, П. М. Турецкие элементы в языке «Слова о полку Игореве» // ИОРЯС. – Т. 7, кн. 2, 1902. – С. – 273-302.
18. Мелиоранский, П. М. Вторая статья о турецких элементах в языке «Слова о полку Игореве» // ИОРЯС. – 1905. – Т. 10, кн. 2. – С. 66-92.
19. Назыров, О. Туркменские слова в русском языке / О. Назыров. – Ашхабад : Ылым, 1984. – 186 с.
20. Орешкина, М. В. Тюркские слова в современном русском языке. Проблемы освоения. – М. : Academia, 1994. – 160 с.
21. Преображенский, А. Г. Этимологический словарь русского языка. В 2 т. – М. : Типография Г. Лисснера и Д. Совко, 1910-1914.
22. Путин, В. В. Россия: национальный вопрос // Независимая газета, 23.01.2012. – URL : http://www.ng.ru/politics/2012-01-23/1_national.html (дата обращения 01.08. 2024),
23. Радлов, В. В. Опыт словаря тюркских наречий. В 4 т. – СПб. : Типография Императорской АН, 1893-1911.
24. Рерих, Н. К. Синтез // Твердыня пламенная. – Рига : Виеда, 1991. – 272 с.
25. Севортян, Э. В. О тюркских элементах в «Русском этимологическом словаре» М. Фасмера // Лексикографический сборник. Вып. V. – М., 1962. – С. 11-29.
26. Словарь русского языка. В 4 т. Т. I. / АН СССР : Ин-т рус. яз. / Под ред. А. П. Евгеньевой. – М. : Русский язык ; Полиграфресурсы, 1981. – 698 с.
27. Словарь-справочник «Слова о полку Игореве». В 6 вып. / АН СССР. Ин-т рус. лит. (Пушкин. Дом); Ин-т рус. яз. / Под ред. Б.Л. Богородского, Д.С. Лихачева, О.В. Творогова / Сост. В.Л. Виноградова. – Л.: Наука. 1965-1984.
28. Этимологический словарь славянских языков. Праславянский лексический фонд. Вып. 1-42. (изд. продолж.) / Гл. ред. Трубачев О. Н., Журавлев А. Ф. (ред. с 33 вып., 2007), Варбот Ж. Ж. (ред. с 40 вып., 2016). – М. : Наука, 1974-2022.
29. Ушинский, К. Д. Лекции в Ярославском лицее // Собр. соч.: в 11 т. Т. I : Ранние работы и статьи : 1846-1856 гг. – М. ; Ленинград : Издательство АПН РСФСР. – С. 51-120.
30. Фасмер, М. Этимологический словарь русского языка. В 4 т. / пер. с нем. и доп. О. Н. Трубачева / Б. А. Ларин (ред.). – М. : Прогресс, 1986-1987.
31. Хусаинов, Н. Н. Словарь тюркских основ русского языка / 5-е изд., доп. исп. – Уфа: Полиграфдизайн, 2012 – URL : https://kitaphane.tatarstan.ru/file/Book_Turk_PRINT (дата обращения: 01.08.2024)
32. Шипова, Е. Н. Словарь тюркизмов в русском языке. – Алма-Ата: «Наука» КазССР, 1976. – 444 с.
33. Юнал Керими. Военно-административная лексика турецко-тюркского происхождения в русском языке: автореф. дис. ... канд филолог. наук, – Уфа, 2004. – 19 с.
34. Miklosich, Fr. Die türkische Elemente in der südost- und osteuropäischen Sprachen // Denkschrift der Wiener Akademie der Wissenschaften. Philos.-hist. Klasse. – Bd. 35, 36, 38. – Wien, 1884-1890.

Сокращения

ИОРЯС – Известия Отделения русского языка и словесности Академии наук, СПб.– Пг.–Л., 1896-1927.

ИСЛЯ – Известия Академии наук СССР. Серия литературы и языка.

Т. А. ВЛАСОВАЧелябинский государственный университет
(Челябинск, Россия)**РИТОРИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ПРОПОВЕДИ****RHETORICAL FEATURES OF MODERN PREACHING*****Аннотация***

В данной статье исследуются риторические приемы в современной проповеди на примере выступлений митрополита Илариона (Алфеева). Автор анализирует, как через использование таких приемов, как анафора, метафора и повторы в проповеди становятся мостом между традиционным богословием и личным духовным опытом современных верующих. Особое внимание уделяется тому, как эти приемы позволяют слушателям глубже воспринимать и осмысливать библейские тексты в контексте современности, обогащая их личный духовный опыт.

Abstract

This article explores modern rhetorical methods in sermons, using the example of Metropolitan Hilarion (Alfeyev)'s speeches. The author analyzes how the use of rhetorical devices such as anaphora, metaphor, and dialogical style turns sermons into a bridge between traditional theology and the personal spiritual experience of contemporary believers. Special attention is given to how these techniques allow listeners to more deeply perceive and interpret biblical texts in the context of modernity, enriching their personal spiritual journey.

Ключевые слова: риторика, проповедь, коммуникация.

Keywords: rhetoric, sermon, communication.

Введение. Современная проповедь как жанр религиозной риторики продолжает играть важную роль в духовной жизни общества, а её эволюция отражает изменения в культурном и социальном контексте. В данной статье основное внимание уделяется риторическим особенностям проповедей митрополита Илариона (Алфеева), который известен своим умением взаимодействовать с аудиторией. Проповедь воспринимается не просто как передача духовных учений, но как многоуровневый диалог, в котором применяются различные риторические приемы для более глубокого воздействия на слушателя. Данный подход позволяет увидеть, как именно религиозное сообщение воспринимается современными верующими, как оно влияет на их духовное самосознание и поведение.

Исследование проповедей привлекает внимание ученых из различных областей науки, в том числе теологии, герменевтики и социологии. Значимый вклад в научное знание в рамках данной области вносит работа Генри Верклера, который изучает герменевтику, то есть принципы толкования библейских текстов. В своей книге «Герменевтика: принципы и процесс толкования Библии» Верклер рассматривает, как проповеди могут быть интерпретированы в современной социальной реальности. Автор проводит анализ исторической среды, в которой были созданы и применяются различные риторические приемы для более глубокого воздействия на слушателя [5].

Анализ риторических приемов, используемых митрополитом Иларионом (Алфеевым), таких, как аллюзия к библейским текстам и историям из жизни святых, риторических вопросов и прямого обращения к аудитории, позволяет выявить, как жанр проповеди адаптируется к современным условиям религиозной коммуникации и какие стратегии наиболее эффективны в текущем религиозном контексте [3]. Данный подход позволяет

увидеть, как именно религиозное сообщение воспринимается современными верующими, как оно влияет на их духовное самосознание и поведение.

В России исследование проповедей ведется следующими лингвистами:

— работы, освещающие особенности религиозного дискурса, его ценности, жанры, стратегии (В. И. Карасик¹, Е. В. Бобырёва², И. В. Бугаева³, Т. И. Кошелева⁴, И. И. Пасовец⁵ и др.);

— работы, в которых современная христианская церковная проповедь рассматривается в лингвистическом аспекте (Е. Л. Барышева⁶, Т. В. Ицкович⁷, В. В. Ушаков⁸ и др.);

— исследования лексико-стилистических особенностей языка проповедей (А. С. Иванов⁹, И. А. Истомина¹⁰, Т. А. Кожурина¹¹, И. А. Крылова¹², Н. А. Купина¹³, О. А. Масурова¹⁴, Е. М. Морозов¹⁵, Е. В. Морозова¹⁶ и др.).

Материалы и методы исследования

Материалом для анализа послужили проповеди митрополита Илариона (Алфеева) «Блаженны уверовавшие» и «Великий пяток. Слово перед Плащаницей» [5] известные своей актуальностью и способностью откликаться на запросы современных верующих. В работе использован **семантико-стилистический метод** анализа текстов, который заключается в выделении индивидуально-авторских особенностей использования языковых средств, наиболее значимых для раскрытия содержания текста [2].

Результаты исследования и их обсуждение. В проповеди митрополита Илариона (Алфеева) в Неделю Фомину, озаглавленной «Блаженны уверовавшие», используется ряд риторических приемов, которые направлены на углубление духовного восприятия и вызывают у слушателей отклик на предложенные духовные истины. Отправной точкой для развертывания основной темы проповеди – веры, которая превосходит логическое понимание и физические доказательства, является цитата из Евангелия от Иоанна, где

¹ Карасик В. И. Религиозный дискурс. Волгоград, 1999. С. 271.

² Бобырёва Е. В. Религиозный дискурс: ценности, жанры, стратегии (на материале православного вероучения). Волгоград, 1997. С. 375.

³ Бугаева И. В. Язык православной сферы: современное состояние, тенденции развития. М., 2010. С. 49.

⁴ Кошелева Т. И. Интертекстуальность в религиозном дискурсе // Вестник Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. 2008. С. 77.

⁵ Пасовец И. И. Религиозный дискурс и его характеристики. URL: <https://elibr.bsu.by/handle/123456789/209266> (дата обращения: 27.07.2024)

⁶ Барышева Е. Л. Русская православная проповедь: соотношение канонического и вариативного (лингвоперсоналистический аспект). Кемерово, 2012. С. 170.

⁷ Ицкович Т. В. Православная проповедь как тип текста. Екатеринбург, 2007. С. 24.

⁸ Ушаков В. В. Проповедь как разновидность публичного выступления. URL: <https://vestnik-mgou.ru/Articles/Doc/1142> (дата обращения: 27.07.2024).

⁹ Иванов А. С. Лексико-стилистические особенности языка проповеди святителя Иннокентия (Бориса). URL: <http://nauteh-journal.ru/files/e419af33-323f-4513-8f15-7190bf5d6571> (дата обращения 27.07.2024).

¹⁰ Истомина И. А. Современная православная проповедь: стилистическая и прагматическая специфика. Екатеринбург, 2013. С. 281.

¹¹ Кожурина Т. А. Особенности языка проповеди. URL: <https://libr.msu.by/bitstream/123456789/4713/1/3611m.pdf> (дата обращения: 27.07.2024).

¹² Крылова И. А. Современная православная проповедь в функционально-стилистическом аспекте. СПб. 2005. С. 18.

¹³ Купина Н. А. Стилистика современного русского языка. М., 2013. С. 315.

¹⁴ Масурова О. А. Экспрессивно-импрессивная семантика языковых средств современной православной проповеди // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. 2012. С. 160.

¹⁵ Морозов Е. М. Язык современной церковной проповеди православного священнослужителя. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/287460712.pdf> (дата обращения: 27.07.2024).

¹⁶ Морозова Е. В. Особенности жанра современной христианской церковной проповеди. Лингвистический аспект на материале немецкого языка. М., 1998. С. 208.

упоминается сомнение апостола Фомы: «Если не увижу на руках Его ран от гвоздей, и не вложу перста моего в раны от гвоздей, и не вложу руки моей в ребра Его, не поверю».

Далее митрополит использует анафору «никто никогда не», чтобы подчеркнуть абсолютность и универсальность заявленных богословских истин: «Бога не видел никто никогда... И бытие Божие никто никогда не доказал». Данный прием не только усиливает внимание к высказываниям, но и способствует усилению эмоционального воздействия на аудиторию, приглашая слушателей размышлять о том, как важно принять на веру то, что не может быть доказано обычными средствами.

Проповедь также характеризуется использованием риторических вопросов (Риторический вопрос – это вопросительное предложение, содержащее утверждение или отрицание, оформленное в виде вопроса, не требующего ответа), которые вызывают у слушателей размышления. Например, фраза «Но как происходит встреча человека с Богом?» задает тон для последующего обсуждения различных способов, через которые люди могут испытать присутствие Божие. Этот прием позволяет аудитории более глубоко погрузиться в предложенную тему и поразмышлять о собственных духовных переживаниях.

Митрополит Иларион поднимает вопросы веры и видения, которые актуальны как в контексте библейской истории, так и в современном обществе. Он делает акцент на том, что истинная вера не требует физического подтверждения, потому что она исходит из глубинного переживания и личного духовного опыта: «И как только узнали, Он сделался невидим для них, потому что телесное зрение не нужно, когда сердце воспламеняется верой». Метафора сердца, воспламеняющегося верой, играет ключевую роль в проповеди, подчеркивая тему превосходства духовного видения над физическим: вера не основывается на зримых доказательствах, а на внутреннем прозрении и духовной истине, которая воспринимается сердцем.

В завершение митрополит Иларион обращается к своей аудитории с призывом распространять свой духовный опыт, делая акцент на необходимости жить своей верой активно и по-миссионерски. При этом он применяет анафору возвращаясь к началу проповеди: «Будем помнить об этом, пережив Страстную седмицу и Пасху...», «Будем помнить о том, что мы призваны не оставаться на поверхности церковной жизни...».

В проповеди «Великий пяток. Слово перед Плащаницей», митрополит Иларион обращается к рассказу о страстях Христа, используя ряд риторических приемов, чтобы глубоко затронуть сердца слушателей и подчеркнуть божественное предназначение и жертву Иисуса Христа. В его словах звучит постоянная тема предопределения и любви, выраженная через многочисленные вопросы, которые вызывают у аудитории размышления о глубинных аспектах веры и божественной воли.

Проповедь начинается с серии риторических вопросов, которые задают тон для всей речи: «Разве Господь умер потому, что Его предал Иуда? Разве Иисус Христос не мог сделать так, чтобы не оказаться в том месте, куда должны были прийти за Ним воины, и арестовать Его?». Эти вопросы не только ставят под сомнение человеческие причины смерти Христа, но и подчеркивают всемогущество и преднамеренность Его жертвы, обращая внимание на то, что события были частью более грандиозного божественного плана.

Митрополит Иларион применяет анафору, повторяя фразу «Может быть», чтобы подчеркнуть различные гипотетические сценарии, отвергаемые затем как несостоятельные в контексте божественного провидения. Этот прием помогает подчеркнуть, что никакие человеческие силы или обстоятельства не могли изменить истинную причину смерти Христа, которая была предопределена волей Бога.

Используя антитезу, митрополит Иларион противопоставляет человеческую злобу и коварство величию и любви Божьей: «Человеческая злоба и коварство, как говорил

святитель Филарет Московский, были лишь той паутиной, которой люди пытались опутать Сына Божия, и которую Ему ничего не стоило разорвать, потому что люди не имеют власти над Богом, но Бог имеет абсолютную власть над людьми». Это утверждение подчеркивает полную власть и контроль Бога над судьбой человечества, а также иллюзорность человеческих попыток контролировать или влиять на божественные решения.

Помимо этого, митрополит активно цитирует известных богословов и святых, таких как святитель Филарет Московский и преподобный Исаак Сирийский. Прием апелляции к авторитету используется для придания большей значимости своим словам. Цитаты из богословского наследия не только обогащают текст, но и служат мостом, соединяющим современных верующих с духовным наследием и учением Церкви. Особенно важной является идея, что Христос «родился для того, чтобы умереть на кресте», что митрополит Иларион использует для углубления понимания жертвенной любви Христа. Подчеркивание этого аспекта не только глубоко эмоционально и духовно воздействует на аудиторию, но и ставит перед ней вопрос о смысле и значении собственной веры и жизни.

Завершает проповедь обращение к плащанице Господа, которое митрополит использует, чтобы подчеркнуть святость и значимость момента. Слова о благоговении и молчании перед лицом святости призваны усилить чувство уважения и почитания к жертве Христа, что также является сравнением, призванным углубить духовное восприятие и эмоциональное состояние слушателей.

Заключение. Современная проповедь митрополита Илариона выявляет взаимосвязь между библейскими нарративами и современными духовными запросами аудитории. Библейские истины приобретают актуальное звучание в контексте современных реалий. Проповеди митрополита Илариона демонстрируют, как можно эффективно использовать риторические приемы для углубления восприятия религиозного сообщения, подчеркивая не столько догматическую строгость, сколько персонализированное духовное откровение.

Использование риторических приемов отражает стремление митрополита сделать религиозный опыт максимально личностным и значимым для каждого слушателя. Используя вопросы, анафору и метафоры, митрополит создает диалог с аудиторией, что помогает преодолеть барьер между проповедником и его слушателями. Он обращает внимание на внутренний мир человека, его духовные искания и сомнения, делая акцент на том, что вера – это не просто следование догмам, но живое взаимодействие с Божественным.

Анализ представленного материала показал, что современная риторика проповеди не отвергает традиционные богословские концепции, но стремится сделать их понятными и близкими современному человеку, который живет в мире полных вызовов и противоречий. Митрополит Иларион успешно демонстрирует, как древние тексты могут быть интерпретированы так, чтобы отвечать на актуальные вопросы, помогая верующим найти ответы на свои вопросы в контексте христианских учений [6].

Таким образом, анализ риторических особенностей выступлений митрополита Илариона позволяет говорить о динамичности современной проповеди, ее связи с традициями и одновременно ориентации на личностное восприятие и духовное развитие каждого человека. Данный факт делает современную проповедь не только средством религиозного образования, но и мощным инструментом духовной поддержки и развития личности.

Список источников

1. Бобырёва, Е. В. Религиозный дискурс: ценности, жанры, стратегии (на материале православного вероучения). – Волгоград, 1997. – 375 с.
2. Барышева, Е. Л. Русская православная проповедь: соотношение канонического и вариативного (лингвоперсоналический аспект). – Кемерово, 2012. – 170 с.

3. Бугаева, И. В. Язык православной сферы: современное состояние, тенденции развития. – М., 2010. – 49 с.
4. Верклер, Г. А. Герменевтика: принципы и процесс толкования Библии. – Бэйкер бук хаус, 1977. – 177 с.
5. Журавель, О. Д. Искусство проповеди Андрея Денисова: риторические стратегии и приемы // *Quaestio Rossica*. – 2022. – Т. 10, № 4. – С. 1377-1393.
6. Иванов, А. С. Лексико-стилистические особенности языка проповеди святителя Иннокентия (Бориса). – Изд-во Научные технологии. – URL: <http://nauteh-journal.ru/files/e419af33-323f-4513-8f15-7190bf5d6571> (дата обращения 27.07.2024).
7. Истомина, И. А. Современная православная проповедь: стилистическая и прагматическая специфика. – Екатеринбург, 2013. – 281 с.
8. Ицкович, Т. В. Религиозный функциональный стиль в жанровом аспекте: к постановке проблемы // *Жанры речи*. – 2016. – №1 (13). – С. 44-50.
9. Карасик, В. И. Религиозный дискурс. – Волгоград, 1999. – 271 с.
10. Кошелева, Т. И. Интертекстуальность в религиозном дискурсе // *Вестник Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого*. – 2008. – С. 77.
11. Кожурина, Т. А. Особенности языка проповеди. – Беларусь, 2004. – URL: <https://lib.msu.by/bitstream/123456789/4713/1/3611m.pdf> (дата обращения: 27.07.2024).
12. Крылова, И. А. Современная православная проповедь в функционально-стилистическом аспекте. – СПб., 2005. – 18 с.
13. Купина, Н. А. Стилистика современного русского языка : учебник для бакалавров. – М., 2013. – 15 с.
14. Морозов, Е. М. Язык современной церковной проповеди православного священнослужителя // *Язык и культура*. – 2015. – №2 (30). – С. 21-25.
15. Масурова, О. А. Экспрессивно-импрессивная семантика языковых средств современной православной проповеди // *Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета* – 2012. – С. 160.
16. Плисов, Е. В. Особенности концептуальной организации современной немецкоязычной православной проповеди // *Труды Нижегородской Духовной семинарии*. – 2020. – № 18. – С. 87-117.
17. Пасовец, И. И. Религиозный дискурс и его характеристики. – Электронная библиотека БГУ. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/209266> (дата обращения: 27.07.2024).
18. Ушаков, В. В. Проповедь как разновидность публичного выступления // *Вестник Московского государственного областного ун-та*. – 2009. – № 2. – С. 152-157. – URL: <https://vestnik-mgou.ru/Articles/Doc/1142> (дата обращения: 27.01.2023).
19. Хамраева, А. А. Художественный текст в современной православной проповеди: интертекстуальный аспект // *Казанская наука*. – 2023. – № 9. – С. 194-196.

Г. Р. ВЛАСЯН, Ю. Д. ШКОДА
Челябинский государственный университет
(Челябинск, Россия)

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ХЕДЖЕЙ-АППРОКСИМАТОРОВ
В АНГЛОЯЗЫЧНОМ СПОРТИВНОМ ДИСКУРСЕ
(НА МАТЕРИАЛЕ РЕПОРТАЖЕЙ ФОРМУЛЫ 1)

FEATURES OF THE USE OF APPROXIMATOR HEDGES
IN ENGLISH-LANGUAGE SPORTS DISCOURSE
(BASED ON THE MATERIAL OF FORMULA 1 RUNNING COMMENTARIES)

Исследование выполнено при поддержке
Фонда перспективных научных исследований ФГБОУ ВО «ЧелГУ» 2024 г.
The research is supported by the Foundation for Advanced Scientific Research
at Federal State Educational Institution of Higher Education “CSU” in 2024

Аннотация

В данной статье рассматриваются особенности использования хеджей-аппроксиматоров в англоязычном спортивном дискурсе. Спортивные комментаторы не только констатируют факты, описывая происходящее на спортивной арене, но и высказывают свое мнение, делают предположения, делятся своими эмоциями и чувствами, оказывая таким образом влияние на адресата коммуникации – зрителя. Речевое воздействие направлено на реципиента с целью поддержания интереса к спортивному событию. Репортер прибегает к использованию лингвистического хеджирования, направленного на снижение степени категоричности суждений и выстраивания высказывания таким образом, чтобы оно не приводило к возникновению споров и конфликтных ситуаций. Хеджи смягчают высказывания, позволяя гармонизировать процесс общения, что является ключевым фактором для поддержания успешной коммуникации между спортивным комментатором и зрителем.

Abstract

This article discusses the use of hedge approximators in English-language sports commentary. Sports commentators not only provide factual information about what is happening on the sports field, but also share their opinions, assumptions, emotions, and feelings, influencing the audience's perception of the event. The goal is to maintain audience interest and engagement. The use of hedges, or linguistic devices that soften the impact of statements, helps commentators avoid making definitive judgments and prevent potential conflicts. This strategy allows for smoother communication and fosters a more harmonious exchange between the commentator and audience.

Ключевые слова: спортивный дискурс, хедж, хедж-аппроксиматор, лингвистическое хеджирование, спортивный комментарий, комментатор.

Keywords: sports discourse, hedge, approximator, linguistic hedging, sports commentary, commentator.

Процесс комментирования спортивного события включает в себя несколько важных аспектов: стимулирование появления интереса к спортивному ивенту и удержание внимания реципиента на протяжении всей трансляции. Реализация данных задач происхо-

дит посредством исключительно вербальных средств. Реципиент не видит всей картины, в равной степени, как и сам репортер: в случае возникновения непредвиденной ситуации необходимо дождаться повтора момента, сопоставить факты, проанализировать ситуацию. Это достигается общими усилиями зрителя и комментатора, который снова старается удержать внимание реципиента. Это весьма эффективно воздействует на последнего, фокусируя его на вещах, подлежащих обсуждению. Кроме того, это позволяет аудитории следить за ходом и логикой рассуждения говорящего.

В современном мире люди стараются сделать процесс обмена информацией более мягким и тактичным. Важно понимать, что не всегда прямое выражение своих мыслей является лучшей стратегией общения. Люди стремятся звучать менее агрессивно и менее эмоционально, более вежливо и неконфликтно. Одним из способов избежать возможные конфликты и недопонимания в процессе коммуникации является лингвистическое хеджирование. Согласно Г. Р. Власян, хеджирование позволяет контролировать взаимодействие участников коммуникации, способствуя гармонизации процесса общения. Средством реализации хеджирования являются хеджи. Вслед за Г. Р. Власян мы определяем хеджирование как «прагматическую стратегию, которая выполняет защитную функцию высказывания, представляя явления и предметы нечеткими и неоднозначными» [Власян, 2019, с. 75].

Такой вид спорта, как Формула 1, подразумевает частое появление неоднозначных ситуаций во время проведения самих гонок. Основная задача комментатора не просто описать произошедшее, но и дать оценку, а также проанализировать событие. В подобных случаях комментаторы прибегают к использованию лингвистического хеджирования, направленного на сглаживание углов в процессе коммуникации с реципиентом и смягчение данной субъективной оценки определенной ситуации. Хеджи способствуют снижению категоричности пропозиции и минимизации конфликтных ситуаций.

Проанализируем использование лингвистического хеджирования в речи комментаторов Формулы 1 Великобритании. В качестве материала для исследования были использованы спортивные репортажи гонок Формулы 1 за период с 28.03.2021 по 12.12.2021. Источником является сайт «F1 World». Объем исследуемого англоязычного материала составил 2640 минут. Минимальной единицей исследования является хедж. Всего в англоязычном спортивном дискурсе было проанализировано 733 хеджа.

Для исследования речи спортивных комментаторов был выбран метод контекстуального анализа, поскольку конкретная функция использованного хеджа будет зависеть в значительной степени от контекста, в котором он появляется. Таким образом, нам удалось выявить ряд средств реализации лингвистического хеджирования, характерных для англоязычного спортивного дискурса.

Основой для проведения исследования послужила классификация хеджей, предложенная Э. Принс. Согласно данной типологии, хеджи подразделяются на два класса: аппроксиматоры (approximators) и преграды (shields). В свою очередь аппроксиматоры подразделяются на адаптеры (adaptors) и раундеры (rounders), а преграды – на атрибутивные хеджи (attribution hedges) и хеджи правдоподобия (plausibility hedges) [Prince, Frader, Bosk, 1982].

Общая количественная оценка наиболее часто используемого класса хеджей в спортивном дискурсе проводилась посредством применения количественного приема подсчета данных.

Использование хеджей-аппроксиматоров продиктовано попыткой говорящего соотнести фактическую ситуацию с прототипичной. Такое хеджирование оказывает влияние не на отношение говорящего к пропозиции, а на пропозициональное содержание. Помимо этого, хеджирование будет указывать на то, что реальная ситуация была близка к прототипичной, но не точной.

Хеджи-адаптеры. Данный подкласс хеджей влияет на пропозициональное содержание, адаптируя понятие, удаленное от прототипа, под ситуацию. К средствам выражения хеджей-адаптеров в англоязычном и русскоязычном спортивном дискурсе относятся наречия, аппроксиматоры качества и суффиксы, добавляющие оценочное значение.

Пересматривая повтор старта гонки, где произошло столкновение двух болидов, комментаторы подробно разбирают момент аварии, обсуждая траекторию, по которой двигался гонщик. Мартину Брандлу не до конца понятно, было ли на трассе место для совершения обгона: *I think he's got the job done. And Lewis was **sort of** in the middle of the track there, wasn't he?* [Formula 1 2021, URL].

Говоря о серьезном гоночном инциденте между Ред Буллом и Мерседесом, Мартин Брандл сначала хочет высказать предположение о том, какое решение вынесут стюарды гонки, но затем решает озвучить собственное профессиональное мнение. Как зрители, так и второй комментатор могут его оспорить: *I think the stewards will decide... No, let me say what I would decide. I think Hamilton was far **enough** up the inside to have earned the right to some space* [Formula 1 2021, URL].

Комментарии к действительно напряженной борьбе между Серхио Пересом и Люисом Хэмилтоном сопровождалась использованием хеджа-адаптера **almost**: *He pushes Sergio Perez **almost** into the pitlane entry. Perez is not going to give this one up without a fight and they are **almost** level pegging as they start the next lap* [Formula 1 2021, URL].

Хеджи-раундеры. Хеджи данного подкласса указывают на диапазон, в котором точное понятие еще не доступно для использования / не имеет отношения к делу, поэтому является примерным / неточным. Описываемая ситуация не будет являться идентичной с прототипичной, но будет близка к ней. В рассматриваемых дискурсах хеджи-раундеры представлены аппроксиматорами степени / количества.

На Гран-при Абу-Даби Дэвид Крофт говорит о скоростных изменениях, которые видели во время практики, но никто еще не знает, какая именно будет скорость у болида на определенных участках трека во время самого заезда. Для реципиента достаточно примерное числовое сопровождение: *A maximum speed of 200 miles an hour, but you're **about** 100-120 miles an hour through turn twelve, thirteen, fourteen* [Formula 1 2021, URL].

Касаемо скорости болида использование точных числовых данных, вплоть до тысячных, присуще российским комментаторам. Британцы, напротив, предпочитают называть приблизительную скорость: *Then comes Sergio Perez who's last lap was **about** half a second quicker than Charles Leclerc* [Formula 1 2021, URL].

Таким образом, использование хеджей-аппроксиматоров помогает комментаторам влиять на пропозициональное содержание высказывания. Данная стратегия позволяет репортерам избежать возникновения конфликтных ситуаций в процессе ведения диалога со зрителем. Британские комментаторы могут делать выводы и высказывать предположения, основываясь на имеющихся числовых данных, без указания этих самых данных, а только диапазона. Дэвид Крофт и Мартин Брандл выражают собственное мнение, предлагая реципиенту присоединиться к обсуждению гоночных инцидентов, согласиться с профессиональным мнением или же оспорить его. Благодаря использованию лингвистического хеджирования снижается категоричность высказывания, что приводит к минимизации возникновения конфликтности в процессе взаимодействия комментаторов со зрителями и гармонизирует общение.

Список литературы

1. Власян, Г. Р. Хеджирование как способ гармонизации общения в процессе социального взаимодействия // Журналистский текст в новой технологической среде: достижения и проблемы : Сборник материалов III конференции PMMIS (Post massmedia in the

modern informational society), Челябинск, 28–29 марта 2019 года / Под общей редакцией М.В. Загидуллиной. – Челябинск: Челябинский государственный университет, 2019. – С. 74–77.

2. Prince, E., Frader J., Bosk C. On Hedging in Physician-Physician Discourse / E. Prince, J. Frader, C. Bosk // Linguistics and the Professions. Proceedings of the Second Annual Delaware Symposium on Language Studies. – Norwood, NJ : Ablex, 1982. – P. 83-97.

3. Formula 1 2021 // Full Races. – URL : <https://fullraces.com/formula1-2021?page2> (accessed: 12.03.2024).

И. Ю. ГЛУХОВ

Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) Крымского
федерального университета им. В. И. Вернадского
(Республика Крым, Ялта, Россия)
Научный руководитель: Н. А. Лобачёва

ПРАВИЛА ЯЗЫКОВОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

RULES OF LINGUISTIC PROFESSIONAL COMMUNICATION IN THE FIELD OF ARTISTIC CULTURE

Аннотация

В современном мире языковая коммуникация играет важную роль в области художественной культуры. Художественная культура является неотъемлемой частью нашей жизни, она отражает наше мировоззрение, идеалы и ценности. Поэтому правильное использование языка и языковые нормы в процессе коммуникации в этой сфере имеет большое значение. Профессиональная коммуникация в сфере художественной культуры имеет ряд особенностей, связанных со спецификой данной области деятельности. Художественная культура как сфера творческой самореализации личности предъявляет особые требования к языковому оформлению профессионального дискурса. В данной статье рассматриваются основные правила и принципы языковой профессиональной коммуникации в сфере художественной культуры, которыми должны руководствоваться специалисты в области искусства при осуществлении профессиональной коммуникации и исследовать их влияние на эффективность общения.

Abstract

In the modern world, language communication plays an important role in the field of artistic culture. Art culture is an integral part of our lives, it reflects our worldview, ideals and values. Therefore, the correct use of language and language norms in the communication process in this area is of great importance. Professional communication in the field of artistic culture has a number of features related to the specifics of this field of activity. Artistic culture as a sphere of creative self-realization of an individual imposes special requirements on the linguistic design of professional discourse. This article discusses the basic rules and principles of linguistic professional communication in the field of artistic culture, that should guide experts in the field of art in the implementation of professional communication and explore their impact on the effectiveness of communication.

Ключевые слова: язык, профессиональная коммуникация, художественная культура, профессиональный дискурс, интертекстуальность, метафоричность, терминология, языковые нормы.

Keywords: language, professional communication, artistic culture, professional discourse, intertextuality, metaphoricity, terminology, linguistic norms.

Введение. Языковая профессиональная коммуникация играет важную роль в сфере художественной культуры, где язык становится инструментом передачи и интерпретации искусства. Взаимодействие между художниками, кураторами, критиками и публикой требует особого внимания к языковым нормам и правилам, чтобы обеспечить эффективное и точное понимание и передачу информации [3, 14].

Одним из основных правил языковой коммуникации в сфере художественной культуры является ясность и точность выражения. Использование специализированной терминологии и языка, понятного для целевой аудитории, помогает избежать недопонимания и искажения смысла. Кроме того, важно учитывать контекст и особенности аудитории при выборе языковых средств для коммуникации. Специалисты в области искусства должны стремиться к максимально понятному и недвусмысленному выражению своих мыслей, используя при этом терминологию, знакомую представителям данной профессиональной группы. Избегание излишней сложности и многозначности формулировок позволяет достичь эффективного взаимопонимания между участниками коммуникации [5, с. 493].

Поскольку сфера художественной культуры неразрывно связана с эстетическим восприятием и переживанием, профессиональная коммуникация в этой области должна отличаться образностью и эмоциональностью. Специалисты в области искусства должны уметь не только точно описывать художественные объекты и явления, но и передавать свое эмоциональное отношение к ним, используя при этом выразительные языковые средства. Образность речи позволяет более ярко и наглядно представить предмет обсуждения [4, с. 110-112].

Профессиональная коммуникация в сфере художественной культуры характеризуется высокой степенью интертекстуальности, то есть опоры на другие тексты, произведения искусства, культурные коды и символы. Специалисты в области искусства должны обладать широкой эрудицией, позволяющей им проводить содержательные аналогии, сравнения и ассоциации, отсылать к известным культурным феноменам. Интертекстуальность обогащает профессиональный дискурс, делая его более содержательным и глубоким [7, 8, 10].

Еще одной важной особенностью языковой профессиональной коммуникации в сфере художественной культуры является метафоричность. Использование метафор, аллегорий и других тропов позволяет специалистам в области искусства более ярко и образно выражать свои мысли, передавать сложные смыслы и нюансы художественного восприятия. Метафоричность речи способствует формированию ассоциативных связей, расширению интерпретативного поля [12, с. 228].

Еще одним важным аспектом языковой профессиональной коммуникации в сфере художественной культуры является уважение к разнообразию и множественности точек зрения. Открытость к различным интерпретациям и пониманию искусства способствует более глубокому и обогащенному диалогу между участниками культурного процесса [9, 13].

Кроме того, важно уделять внимание эмоциональной составляющей языковой коммуникации в сфере художественной культуры. Использование эмоционально окрашенной речи может помочь передать атмосферу произведения и вызвать эмоциональный отклик у аудитории [6, с. 129-131].

Не менее важным является умение адаптировать языковую коммуникацию к различным форматам и средствам передачи информации. Например, письменная коммуникация требует особой ясности и структурированности, в то время как устная коммуникация может быть более свободной и динамичной [16, с. 7-12].

Еще одним важным правилом является уважительное отношение к партнерам по общению. Необходимо проявлять вежливость, деликатность и понимание к коллегам, клиентам или аудитории, учитывая их потребности, убеждения и ценности. Такой подход способствует укреплению доверия и уважения в отношениях между участниками коммуникации [15, с. 177].

Кроме того, важным элементом языковой профессиональной коммуникации в сфере художественной культуры является умение аргументировать свои позиции. Необходимо обосновывать свои выводы и предположения, представляя аргументы и факты, подтверждающие правильность выбранного направления мысли.

Важным аспектом языковой профессиональной коммуникации в сфере художественной культуры является также умение слушать и быть открытым к точке зрения других. Понимание различных точек зрения и умение принимать их, даже если они отличаются от собственных, способствует разностороннему обсуждению и нахождению новых идей. Критическое мышление и способность анализировать информацию также играют важную роль в успешной коммуникации в художественной сфере [11, с. 112].

Еще одним важным правилом является умение использовать разнообразные средства выражения, такие как языковые образы, метафоры и символы, чтобы усилить воздействие своего сообщения на аудиторию. Использование креативных и непосредственных выражений помогает сделать ваше общение более интересным и запоминающимся для аудитории.

Не менее важным правилом является умение адаптировать свой стиль общения в зависимости от контекста и целей. В некоторых ситуациях может потребоваться официальный и формальный стиль общения, в то время как в других случаях можно использовать более неформальный и личный подход. Гибкость в выборе стиля и тону общения помогает эффективно взаимодействовать с разнообразной аудиторией и достигать поставленных целей [16].

И наконец, важно помнить, что языковая профессиональная коммуникация в сфере художественной культуры не ограничивается только устным общением, но также включает письменное общение, в том числе электронную почту, текстовые сообщения и другие формы письменного выражения. Правильное использование языковых средств и приемов письменной коммуникации также играет важную роль в успешном взаимодействии в данной области [1, с. 22].

Правила языковой профессиональной коммуникации в сфере художественной культуры играют ключевую роль в обеспечении эффективного взаимодействия между участниками культурного процесса. Соблюдение языковых норм, уважение к разнообразию точек зрения и умение адаптировать коммуникацию к различным форматам помогают создать благоприятную и продуктивную обстановку для обсуждения и понимания искусства [2].

Заключение. Таким образом, профессиональная коммуникация в сфере художественной культуры характеризуется следующими основными правилами и принципами: ясность и точность выражения, образность и эмоциональность, интертекстуальность, метафоричность. Соблюдение данных требований позволяет специалистам в области искусства эффективно взаимодействовать друг с другом, обмениваться профессиональными знаниями и опытом, а также презентовать свою деятельность широкой аудитории.

Список литературы

1. Алексеев, Е. Р. Электронная почта от А до Я. – М.: НТ ПрессВКТ, 2008. – 192 с.
2. Андреева, Г. М. Деловые переговоры. – М., 2006.
3. Арутюнова, Н. Д. Язык и мир человека. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
4. Бараш, Л. А. Художественная коммуникация: вчера, сегодня, завтра // Общество: философия, история, культура. – 2017. – № 6. – С. 109–112.
5. Боженкова, Р. К. Русский язык и культура речи : учебник / Р. К. Боженкова, Н. А. Боженкова, В. М. Шаклеин. – М.: ФЛИНТА : Наука, 2011. – 608 с.
6. Волкова, А. Е. Проблема выражения эмоций в языке и художественных текстах // Молодой ученый. – 2021. – № 16 (358). – С. 129–131. – URL: <https://moluch.ru/archive/358/80075/>
7. Воркачев, С. Г. Интертекстуальность, прецедентность и лингвокультурный концепт // Интертекстуальность и фигуры интертекста в дискурсах разных типов: коллективная монография. – М.: Флинта; Наука, 2014. – С. 52–70.
8. Ильин, И. П. Интертекстуальность // Современное зарубежное литературоведение: энциклопедический. – М.: Интрада, 1996. – 319 с.
9. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность. – М., 2003.
10. Каунова, Е. В. Интертекстуальность в художественном дискурсе / Е. В. Каунова, М. В. Шишкина // Интертекстуальность и фигуры интертекста в дискурсах разных типов: коллективная монография. – М.: Флинта; Наука, 2014. – С. 280–304.
11. Коммуникативные основы художественной культуры: Монография / В. И. Жуковский, М. В. Тарасова. – Красноярск, 2010. – 179 с.
12. Некоз, О. А. Структура метафоры в книге А. А. Ахматовой «Тростник» // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. – 2009. – № 5. – С. 249.
13. Николина, Н. А. Филологический анализ текста: учебник для студ. учреждений высш. образования. – М.: Академия, 2014. – 272 с.
14. Новая философская энциклопедия в 4 т. – М.: Мысль. – Т. 4. – 2010 – 736 с.
15. Романова, Н. Н. Словарь. Культура речевого общения: этика, прагматика, психология / Н. Н. Романова, А. В. Филиппова. – М.: ФЛИНТА, 2016. – 304 с.
16. Сысоева, Е. Э. Формирование коммуникативной компетенции в письменной речи при обучении иностранному языку // Иностранный язык в школе. – 2007. – №5. – С. 7–12.

Е. И. ГОЛОВАНОВАЧелябинский государственный университет
(Челябинск, Россия)**ПРОБЛЕМА ВОСТРЕБОВАННОСТИ ОБОЗНАЧЕНИЙ
С ПРИСТАВКОЙ ЗА- В СОВРЕМЕННОЙ ВОЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ****NOTATION DEMAND ISSUE WITH THE PREFIX ZA –
IN MODERN MILITARY COMMUNICATION****Аннотация**

Статья посвящена анализу семантики приставки за- в сфере профессиональной коммуникации. В центре внимания автора находятся актуальные значения данной приставки в наименованиях, активно употребляемых в настоящее время в военном дискурсе. На материале данных различных толковых словарей русского языка, содержащих специальную лексику с указанной приставкой, и лексического материала, собранного автором, делаются выводы о приоритетных значениях приставки за- в профессиональной среде. Утверждается, что состав значений приставки в специальных наименованиях, в том числе принадлежащих к сфере военной коммуникации, отличается от основных ее значений в общеупотребительном языке.

Abstract

The article is devoted to the analysis of the semantics of the prefix in the field of professional communication. The author's focus is on the current meanings of this prefix in the names currently actively used in military discourse. On the material of these various explanatory dictionaries of the Russian language, containing special vocabulary with the specified prefix, and lexical material collected by the author, conclusions are drawn about the priority values of the prefix in the professional environment. It is argued that the composition of the meanings of the prefix in special names, including those belonging to the sphere of military communication, differs from its main meanings in the common language.

Ключевые слова: военная коммуникация, профессиональная лексика, приставка за-, семантика, актуальные значения.

Keywords: military communication, professional vocabulary, prefix za-, semantics, actual meanings.

С когнитивной точки зрения за каждым словом и даже за каждой морфемой в языке стоит определенный концепт, смысл, идея [Голованова, 2013]. Наше внимание с этих позиций привлекла приставка за-, которая сегодня, в условиях проведения Россией специальной военной операции, оказалась чрезвычайно востребованной в различных наименованиях, прежде всего в глаголах и отглагольных существительных, активно употребляемых в военном дискурсе: *затрофеить*, *задвухсостить*, *затрехсостить(ся)*, *заземлить*, *забаранить (противника)*, *закрепиться (на позициях)*, *заходить (в тыл)*, *замаскировать*, *засечь*, *занять*, *залистовать*, *зачистить (территорию)*, *загрузить*, *зарядить*, *зачистка*, *засада*, *защита*, *запуск*, *задача*, *заграждения* и т.д.

Данная приставка, обладающая в русском языке целым комплексом значений (см., например: [Зализняк, 1995; Добрушина, 2001]), по-прежнему остается не до конца познанной в связи с тем, что не определена концептуальная основа для ее семантического развития, не установлены приоритетные значения этой приставки применительно к разным сферам общения (в частности, не выявлены наиболее актуальные значения в сфере профессиональной коммуникации).

В толковых словарях русского языка содержатся следующие сведения: «ЗА..., приставка. I. Образует глаголы со знач. 1) начала действия, напр. *заоплодировать, заболеть, запеть, завопить, заплакать, заскрестись*; 2) распространения действия за какие-н. пределы, напр. *заехать, загнать, заслать*; 3) с постфиксом «ся» и без него – доведения действия до излишества, до крайней степени, напр. *закормить, подаривать, завратиться, забегаться, заработатьсь*; 4) заполнения, покрытия, напр. *захлупить, замазать, замостить, замешать*; 5) захвата, охвата действием, напр. *захватить, зацепить, зацემить*; 6) собственно предела действия, напр. *зарегистрировать, завизировать, законсервировать*. II. Образует: 1) существительные и прилагательные со знач. нахождения по ту сторону или позади чего-н., напр. *Заволжье, Закавказье, загород, заграница, заволжский, закавказский, заатлантический, заатмосферный, заплечный*; 2) существительные со знач. одного из повторяемых актов, напр. *заплыв, забег*; 3) прилагательные со знач. внешнего признака как результата действия, напр. *зареванный, заплаканный, заспанный*. III. Образует наречия со знач. 1) временным, напр. *затемно, заранее, задолго*; 2) качественного признака, напр. *задешево, запросто, заново*. [Ожегов, 1994, с. 192; ТСРЯ, с. 238–239].

Для нашего исследования важно, что наименования с приставкой *за-* широко представлены в специальных подязыках, или языках профессиональной коммуникации (подробнее см.: [Голованова, 2004]). Некоторые из них зафиксированы в общелитературных словарях. Например, в толковом словаре под редакцией Н. Ю. Шведовой:

ЗАБИТЬ <...> 6. Убить на бойне или во время промысловой охоты (спец.). *З. двадцать голов скота. З. зверя.* <...> **забой**, -я, м. (к 6 знач.; спец.). *Забой скота. Забой котика* || *прил. забойный*, -ая, -ое (к 6 знач.; спец.). *З. цех* [ТСРЯ, с. 239].

ЗАБОЙ¹, -я, м. (спец.). 1. Постепенно перемещающаяся в ходе работ поверхность горной выработки. *Работать в забое*. 2. Торец скважины, разрушаемый буровым инструментом в процессе проходки [ТСРЯ, с. 239].

ЗАБОЛОНЬ, -и, ж. (спец.). Наружный, молодой и менее плотный слой древесины, лежащий непосредственно под корой [ТСРЯ, с. 240].

ЗАБРАЛО, -а, ср. <...> 2. Защитная стенка в каком-н. сооружении, устройстве (спец.) [ТСРЯ, с. 240].

ЗАВОРОТ, -а, м. (спец.). Болезненное состояние – нарушение правильного положения, загиб. *З. век. З. кишок* (острая болезнь – непроходимость кишечника) || *прил. заворотный* [ТСРЯ, с. 243].

ЗАВЯЗАТЬСЯ <...> 3. Начать развиваться после опыления (спец.). *Плод завязался* [ТСРЯ, с. 243].

ЗАДЕРЖАТЬ <...> 6. Временно лишить свободы до выяснения причастности к нарушению порядка, преступлению (спец.) [ТСРЯ, с. 246].

ЗАДРАИТЬ <...> (спец.). Наглухо закрыть. *З. люк, иллюминатор* [ТСРЯ, с. 247].

ЗАКРЕПИТЬ <...> 3. Обработать фиксажем (спец.). *З. фотоснимок* [ТСРЯ, с. 252].

ЗАМОРОЗИТЬ <...> 3. Оставить (ценности, фонды) на прежнем уровне или запретить их использование (спец.) [ТСРЯ, с. 256].

ЗАПАЛЬНИК, -а, м. (спец.). Прибор для воспламенения горючей смеси в двигателях внутреннего сгорания [ТСРЯ, с. 258].

ЗАПАТЬ, -и, ж. (спец.). Ограждение на воде для хранения и сортировки леса; плавающая преграда поперек реки при молевом сплаве леса. || *прил. запанный* [ТСРЯ, с. 258].

ЗАПАХАТЬ <...> 1. Взрыхлить пахотой, вспахать (спец.). *З. поле* [ТСРЯ, с. 259].

ЗАПАШНИК, -а, м. (спец.). Орудие для вспашки на небольшую глубину и для заделывания посевных семян [ТСРЯ, с. 259].

ЗАПОЛНИТЕЛЬ, -я, м. (спец.). Вещество, прибавляемое в вяжущую массу, но не растворяющееся в ней. *Заполнители для бетонов* [ТСРЯ, с. 261].

ЗАСЕЧКА, -и, ж. <...> 3. Рана на ноге у лошади, образовавшаяся от удара одной ноги о другую (спец.) [ТСРЯ, с. 264].

ЗАУСЕЧЕЦ, -нца, м. <...> 2. Острый выступ на поверхности металла, дерева (спец.) [ТСРЯ, с. 270].

С пометой «спец.» в рассматриваемом словаре репрезентированы также лексемы *завалка*, *завальный*, *завозный*, *заемный* (*заемное письмо* – подтверждающее получение займа), *закалочный*, *замыкательный* (*замыкательные мускулы* у моллюска), *заторможенность*; имеются наименования и без пометы: *заставка* («повторяющееся изображение (и музыкальное сопровождение) в начале телепередач, а также заполнение паузы в радио- и телепередачах» [ТСРЯ, с. 266]), *заправщик* («заправочный механизм, устройство. Самолет-з. (заправляющий летательный аппарат топливом в полете)» [ТСРЯ, с. 261]); *засечь* («отметить момент чего-н., а также определить точку, местоположение чего-н. 3. время отлета. 3. батарею противника» [ТСРЯ, с. 265]) и др.

Весьма востребованы обозначения с приставкой *за-* в неформальном общении профессионалов. Так, в «Толковом словаре русской разговорной речи» зафиксированы глаголы *забить* («впечатать данные в определенное для них место в компьютере» [ТСРРР, с. 575]), *залить* («разместить какую-либо информацию, программу и т.п. в интернете или на электронном устройстве» [ТСРРР, с. 609]), *закачать* («передать информацию с компьютера пользователя на удаленный компьютер (сервер)» [ТСРРР, с. 600]), свойственные коммуникации компьютерщиков, профессионализмы *заглушка* («приспособление для закрывания отверстий наглухо» [ТСРРР, с. 583]), *заморозка* («замороженные продукты» [ТСРРР, с. 629]), *замылиться* («стать менее восприимчивым, менее чувствительным к чему-л.», *глаз замылился* [ТСРРР, с. 640]).

В «Толковом словаре русского языка конца XX века. Языковые изменения», авторы которого стремились «показать живое слово» [ТСЯИ, с. 10]), отмечены такие профессионально маркированные лексемы с приставкой *за-*, как *зависнуть* («В информатике. Перестать выдавать результаты и реагировать на запросы извне (о вычислительной системе). Программа зависла. Компьютер завис при сохранении файла на дискету [ТСЯИ, с. 233]), *загрузить* («В информатике. Переслать данные в основную память компьютера с целью непосредственного использования. 3. программу. 3. систему. 3. компьютер с дискеты [ТСЯИ, с. 234]), *запоминающий* («Запоминающее устройство. В информатике. (предназначенное для записи в память компьютера, хранения и воспроизведения информации) [ТСЯИ, с. 246]), *защитный* (Защитный экран. В информатике (ограждающий зрение и здоровье пользователя от вредных воздействий дисплея компьютера) [ТСЯИ, с. 251]),

В устной профессиональной речи следователей употребляется слово *зацепка* (деталь или факт, на который можно опереться в ходе расследования), в языке актеров – *зажим* (психологическое состояние, при котором актер не способен свободно двигаться и говорить), в речи солдат – *залет* (проступок, нарушение устава, за которым последует наказание), в речи летчиков – *засветка* (грозовая ячейка), в подъязыке шахтеров – *завивка* (наклонная выработка руды, которая расширяется параллельными лентами), в речи альпинистов – *закладка* (заклиниваемые в скальных трещинах металлические детали с петлей для пристегивания карабина).

В приведенных выше примерах профессиональных наименований реализованы разные значения приставки *за-*. Попробуем их сгруппировать:

- 1) 'отсутствие свободного доступа': *задраить*, *заглушка*, *забрало*, *защитный*;
- 2) 'наполнение': *забить* (комп.), *залить*, *закачать*, *загрузить*, *заполнитель*, *заправщик*;
- 3) 'фиксированное положение (состояние)': *закрепить*, *заморозить*, *зависнуть*, *заморозка*, *зажим*, *закладка*;
- 4) 'ограничение, затруднение': *запань*, *заторможенность*, *завивка*, *замылиться*;

5) 'граница (предел)': *забить* (забой скота), *залет*, *заболонь*, *заусенец*;

6) 'начало': *заставка*, *запальник*, *завязаться*;

7) 'охват, захват': *запахать*, *засечь*, *зацепка*, *засветка*.

Разумеется, продуктивность того или иного значения приставки в профессиональных сферах может не совпадать с его продуктивностью в общеупотребительном языке. Так, в профессиональной среде оказались невостребованными такие типы глаголов с приставкой *за-*, выделенные исследователями в качестве основных [Добрушина, 2001], как глаголы поглощения пространством, отклонения от курса, отрицательного воздействия и косвенного объекта. Лишь частично представлены здесь два типа приставочных глаголов, рассмотренных лингвистами, – глаголы начала действия (при этом действия или процесса, непосредственно связанного со спецификой профессиональной деятельности, например, *завязаться*) и глаголы действия впрок (а именно действия, подчиненного технологии профессиональной деятельности, например, *заготовить*).

Что касается направления развития семантики приставки *за-*, думается, что исходным у данного префикса выступает значение границы (см. значение 5). Именно представление о границе как пространственном ориентире позволяет выделять ту и эту сторону, дифференцировать находящееся «перед» чем-либо (до) и «позади» него (после, за). Развитием этого значения выступает временное соотношение: различается происходящее «до» какого-то момента, процесса, действия (значение 6) или «после» (значение 3). Наличие границ, с одной стороны, лишает свободного доступа к чему-либо (значение 1) или затрудняет движение (значение 4), с другой стороны, подразумевает преодоление их, проникновение внутрь чего-либо, наполнение пространства (значение 2). Представление о границах чего-либо позволяет охватывать предмет (или явление) целиком, а значит, дает возможность (за)владеть им, установить его принадлежность (значение 7).

Судя по наименованиям с приставкой *за-*, приведенным в начале статьи, в современной военной коммуникации актуальны глаголы с семантикой уничтожения противника (= доведения до предела): *задвухсотить*, *заземлить*, *забаранить* (подробнее см.: [Голованова, 2024]), нанесения урона его здоровью: *затрехсотить* (то есть затруднить, ограничить его способность воевать), лишения свободного доступа к расположению войск и боевой технике (*замаскировать*), а также с семантикой (о)владения: *затрофеить* 'в результате боевых действий получить под свой контроль оружие, технику, снаряжение противника', *занять* опорный пункт, *засечь* передвижение противника. Значимыми для языка военных являются транслируемые с помощью рассматриваемой приставки идеи фиксированного положения (*закрепиться* на позиции), полного охвата территории (*залистовать* 'забросать позиции противника листовками', *зачистить* 'освободить занятую территорию от мин и остатков живой силы противника') и преодоления границ (*зайти* в тыл).

Список литературы

1. Голованова, Е. И. Архаические префиксы с точки зрения моделирования знания в естественном языке // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2013. – № 1 (34). – С. 90–99.
2. Голованова, Е. И. Категория профессионального деятеля: Формирование. Развитие. Статус в языке / Е. И. Голованова. – Челябинск : Челяб. гос. ун-т, 2004. – 330 с.
3. Голованова, Е. И. Специальная лексика военной сферы в современном коммуникативном пространстве // Лингвистика и образование. – 2024. – Т. 4, № 2 (14). – С. 37-45.
4. Добрушина Е. Р. Русские приставки: многозначность и семантическое единство / Е. Р. Добрушина, Е. А. Меллина, Д. Пайар. – М.: Русские словари, 2001. – 270 с.
5. Зализняк А. А. Опыт моделирования семантики приставочных глаголов в русском языке // Russian Linguistics. – 1995. – Vol. 19. – P. 143–185.

6. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : АЗЪ, 1994. – 928 с.
7. ТСРРР – Толковый словарь русской разговорной речи. Вып. 1. А–И / отв. ред. Л. П. Крысин. – М. : Языки славянской культуры, 2014. – 776 с.
8. ТСРЯ – Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / отв. ред. Н. Ю. Шведова. – М. : Азбуковник, 2008. – 1175 с.
9. ТСЯИ – Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения / под ред. Г. Н. Складневской. – СПб. : Фолио-Пресс, 2000. – 700 с.

О. А. ГОРДИЕНКО, Т. Л. ШАПОШНИКОВА, Ю. Ш. ЮСУПОВА
Кубанский государственный технологический университет
(Краснодар, Россия)

**ПРЕДЪЯВЛЕНИЕ ИНОСТРАНЦАМ ТЕРМИНОЛОГИИ ПОДЪЯЗЫКА
ФИЗИКИ В ГРАНИЦАХ УЧЕБНОГО ГНЕЗДОВОГО
СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СЛОВАРЯ**

**PRESENTATION OF THE TERMINOLOGY OF THE SUBLANGUAGE OF
PHYSICS TO FOREIGNERS WITHIN THE BOUNDARIES
OF THE EDUCATIONAL NEST WORD-FORMATION DICTIONARY**

Аннотация

Механизмы системы русского словообразования, естественным образом усваиваемые носителем родного языка и активно используемые им для порождения речи, представляют сложность для иностранца, особенно в процессе наиболее востребованной им деятельности по изучению и использованию подъязыков фундаментальных наук. В этой связи предлагается изучение на первом курсе инженерного вуза словообразования русского языка на базе физики, как фундаментальной науки, включающей пласт терминологической лексики и достаточно объёмный пласт общенаучной лексики. Для решения выявленной проблемы создан учебный гнездовой словообразовательный словарь, в котором представлены 805 словообразовательных гнезд подъязыка физики, полученных за счёт сплошной выборки лексики из учебников физики для 1 курса инженерных вузов. Словарь и учебное пособие для иностранцев, изучающих физику, позволяет сформировать гнездовую словообразовательную грамматику у иностранного учащегося, которая оптимально способствует развитию механизма опережающего отражения в процессе рецепции и продукции научных текстов, является средством организации текста по принципу цельности и связности. При использовании данного учебного комплекса наибольший выигрыш (60%) за счёт обучения получают слабые студенты, у которых не развито языковое чутьё. Сильные студенты получают выигрыш в 35% (что позволяет получить гомогенную группу учащихся по уровню знаний) в области развития механизма опережающего отражения в процессе рецепции и продукции научных текстов, содержащих однокоренные слова.

Abstract

The mechanisms of the Russian word formation system, which are naturally assimilated by a native speaker and actively used by him to generate speech, are difficult for a foreigner,

especially in the process of his most demanded activities for the study and use of sublanguages of fundamental sciences. In this regard, it is proposed to study the word formation of the Russian language on the basis of physics as a fundamental science, including a layer of terminological vocabulary and a fairly voluminous layer of general scientific vocabulary in the first year of an engineering university. For this purpose, an educational nest word-formation dictionary has been created, which presents 805 word-formation nests of the sublanguage of physics, obtained through a continuous sample of vocabulary from physics textbooks for the 1st year of engineering universities. The dictionary and textbook for foreigners studying physics allows you to form a nested word-formation grammar for a foreign student, which optimally contributes to the development of a mechanism for anticipatory reflection in the process of reception and production of scientific texts, is a means of organizing the text according to the principle of integrity and coherence. Strong students receive a gain of 35% (which makes it possible to equalize students in terms of knowledge) in the field of developing a mechanism for advanced reflection in the process of reception and production of scientific texts containing single-root words.

Ключевые слова: *иностранные студенты, инженерный вуз, терминология, подъязык физики, учебный гнездовой словообразовательный словарь, русский язык как иностранный.*

Keywords: *international students, engineering university, terminology, sublanguage of physics, educational nest word-formation dictionary, russian as a foreign language.*

Как известно, навыки узнавания слов на уровне корневой морфемы помогают вести диалог при изучении любого иностранного языка, в том числе и русского как иностранного, поскольку в предъявленном обучающемся микротексте-реплике будет представлена корневая морфема, которая с достаточной частотностью повторяется в ответном микротексте-реплике, поэтому служит лексической опорой для продолжения диалога. Данная диалогическая особенность связана с тем, что тематика диалога-расспроса (в варианте: преподаватель – студент – преподаватель) предполагает актуализацию одной или нескольких тематически близких реалий. При этом термины и терминированные слова не допускают синонимических и местоименных замен, поэтому наблюдается высокий уровень использования лексического и корневого повторов. Это позволяет говорить об использовании в обучении микротекстов с высокой частотностью тема-рема-тематических последовательностей, тематически наполненных однокоренной лексикой. Например, микротекст, относящийся к теме «Колебание»:

Амплитуда вынужденных колебаний пропорциональна амплитуде вынуждающей силы. Вынужденные колебания ОТСТАЮТ по фазе от вынуждающей силы. Причём величина ОТСТАВАНИЯ зависит от частоты вынуждающей силы.

В микротексте наряду с обычным лексическим повтором (амплитуда, колебание, сила) представлены факты формообразования (вынужденный, вынуждающий) и факты образования новых слов в границах одного словообразовательного гнезда (отставать, отставание).

Если в литературно-художественном тексте использовались бы для ликвидации корневого повтора синонимы и различные местоименные замены, то в научном тексте, где жёстко соблюдаются требования однозначности на уровне терминосистемы, такие замены невозможны. Поэтому при изучении словообразования лучше использовать научные тексты с высоким наполнением однокоренной лексикой, например, обратимся к микротекстам из учебников по физике, в которых представлены действия с объектами, предполагающими широкое использование производных: в основном префиксальных и суффиксальных образований.

Приведём пример словообразовательного гнезда из подготовленного нами учебного гнездового словообразовательного словаря [Гордиенко, 2022, с. 122] с исходным словом «значить»:

значить ср. знак
 знач-ени-е
 одн-о-знач-н(ый) см. один
 однозначн-о
 равн-о-знач-н(ый) см. равный
 равнозначн-ость
 четыр-ёх-знач-н-ый см. четыре
 знач-ащ-ий, прич.
 знач-ительн(ый), прил.
 значительн-о
 не-значительн(ый)
 незначительн-о

Как можно видеть, в основу данного словаря положен принцип записи гнёзд, разработанный для словаря А.Н. Тихонова [Тихонов, 2003]. В связи со значительно меньшей выборкой полученные нами гнёзда меньше по объёму, но это позволяет не выходить за рамки лексического минимума иностранца, изучающего на 1 курсе общенаучную лексику.

Количество общенаучной лексики в учебном гнездовом словообразовательном словаре значительно превышает количество непосредственно терминологической лексики физики, и гнёзда общенаучной лексики сложнее по структуре, больше по объёму. Достаточно сравнить представленное выше словообразовательное гнездо с терминологическим:

изотоп
 изотоп-и-я
 изотоп-н-ый [Гордиенко, 2022, с. 124]

Чаще всего однокоренные термины выстраиваются в парадигму, как показано выше, или в словообразовательную цепочку, если в качестве исходного слова выступает имя собственное:

Кориолис
 кориолис-ов-ый [Гордиенко, 2022, с. 134]
 Кулон (кулон)
 кулон-ов/ск-ий [Гордиенко, 2022, с. 138]
 Лоренц
 лоренц-ев-ый [Гордиенко, 2022, с. 141]

Как можно видеть, словообразовательная цепочка представлена образованиями от иностранных фамилий учёных. Тип малопродуктивный, но частотный в подъязыке физики.

В некоторых случаях отымённые производные, образованные от фамилии учёного, выстраиваются в парадигму, если имя используется при указании на единицу измерения:

Паскаль (паскаль)
 паскаль-секунда см. секунда гекто/паскаль
 кило/паскаль
 мега/паскаль [Гордиенко, 2022, с. 163]

Если взять отымённое терминологическое гнездо, где в качестве производящего выступает термин, то производные также чаще всего образуются способом сложения:

молекул(а)
молекул-ярн(ый)
молекулярн-о
мног-о-молекулярный см. много
молекулярн-о-кинетический см. кинетика
внутри-молекул-ярн-ый
грамм-молекула см. грамм [Гордиенко, 2022, с. 149].

В связи с тем, что изучение грамматики идёт на синтаксической основе, единицы системы словообразования, представленные в учебном гнездовом словообразовательном словаре, не изучаются самостоятельно, а являются справочным материалом при знакомстве обучающихся с текстами, содержащими корневые повторы в качестве средств создания цельности и связности. В этом случае текстовое словообразовательное гнездо, проявленное в микротексте, является способом структурной организации семантических полей, лежащих в основе текстообразования.

Роль однокоренных слов в организации текста неоднократно освещалась на теоретическом уровне в литературе (Л.Ю. Буянова [Буянова, 1996], З.М. Волоцкая [Волоцкая, 1982], Н.Д. Голев [Голев, 1994], О.А. Гордиенко [Гордиенко, 1990], Н.И. Доронина [Доронина, 1999], Е.С. Кубрякова [Кубрякова, 2010], Н.В. Мельник [Мельник, 2011]), но обучающие эксперименты по формированию словообразовательной грамматики за счёт использования «потенциала деривационного функционирования слова» в тексте, по терминологии Н.Д. Голева [Голев, 1994], практически не рассматривались.

Проведённый нами обучающий эксперимент [Гордиенко, 1990] показал, что изучение с иностранцами словообразования в инженерном вузе на материалах микротекстов подъязыка физики (при условии анализа присутствующих в них текстовых словообразовательных гнёзд и соотношения их с гнёздами учебного словообразовательного словаря) развивает языковую догадку, формирует подготовленную речь. В результате слабые студенты, у которых слабо развита языковая догадка, имея при репродукции текста в качестве опоры словообразовательные гнёзда, догнали сильных, у которых языковая догадка уровня словообразования, развивалась спонтанно. Слабые студенты улучшили результаты репродукции, а затем и продукции текстов на 60%, слабые – на 35%. Это позволило создать однородную учебную группу равных возможностей, ликвидировать самоидентификацию неудачника в общении у слабых студентов.

Исследование позволило прийти к выводу, что подготовка и использование в практической работе с иностранными студентами гнездовых словообразовательных словарей позволяет сделать достаточно простым осмысление русской терминологии, поможет в понимании и порождении текстов научного стиля, что именно с этапа знакомства с терминологической и общенаучной лексикой следует начинать обучение словообразованию и формообразованию на 1 курсе инженерного вуза.

Список литературы

1. Буянова, Л. Ю. Терминологическая деривация в современном русском языке (метаязыковой аспект). – Краснодар: Краснодарск. книжн. изд-во, 1996. – 252 с.
2. Волоцкая, З. М. О разных аспектах изучения словообразовательного гнезда // Актуальные проблемы русского словообразования: сб. статей. – Ташкент: Укитувичи, 1982. – С. 96-98.
3. Голев, Н. Д. Варьирование деривативных контекстов как способ выявления и изучения потенциала деривационного функционирования слова // Явление вариативности в языке. – Кемерово: Изд-во «Кузбассвуиздат», – 1994. – С. 82-84.

4. Гордиенко, О. А. Обучение корневым повторам на основе словообразовательных гнёзд как средству понимания и порождения специального текста (на материале подъязыка физики): автореф. дис. ... канд. пед. наук / О. А. Гордиенко. – Л., 1990. – 15 с.
5. Гордиенко, О. А. Словообразовательные модели и гнёзда в обучении русскому языку как иностранному (на материале физики): учебное пособие / О. А. Гордиенко, Т. Л. Шапошникова, И. Ю. Глухенький. – Краснодар: Изд-во КубГТУ, 2022. – 242 с.
6. Доронина, Н. И. Условия реализации деривационного потенциала слов русского языка: на материале деривационно-ассоциативного эксперимента: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Н. И. Доронина. – Барнаул, 1999. – 23 с.
7. Кубрякова, Е. С. Теория номинации и словообразование. Изд. 2-е. / Е. С. Кубрякова. – М.: URSS: Либроком, сор. 2010. – 83 с.
8. Мельник, Н. В. Деривационное функционирование русского текста: лингвоцентрический и персонцентрический аспекты: автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Н. В. Мельник. – Кемерово, 2011. – 47 с.
9. Тихонов, А. Н. Словообразовательный словарь русского языка: в 2-х т. – М.: Русский язык, 2003. – 856 с.

А. А. ГУСЕВА, Г. Р. ВЛАСЯН

Челябинский государственный университет
(Челябинск, Россия)

ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ХЕДЖИРОВАНИЯ В АМЕРИКАНСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

MAIN FUNCTIONS OF LINGUISTIC HEDGING IN AMERICAN POLITICAL DISCOURSE

Исследование выполнено при поддержке
Фонда перспективных научных исследований
ФГБОУ ВО «ЧелГУ» 2024 г.

Аннотация

Хеджирование является одним из наиболее многообещающих направлений в изучении современной прагматики, которое исследует то, как ораторы смягчают свои высказывания, выражают двусмысленность и избегают категорических утверждений. В данной статье рассматриваются основные функции хеджирования в американском политическом дискурсе. Цель исследования состоит в том, чтобы определить и проанализировать функции хеджирования, которые политики используют для достижения коммуникативных целей. Политические выступления часто требуют от политиков особой осторожности и гибкости моделей речевого поведения, чтобы избежать конфликтов и завоевать доверие аудитории. В статье рассматриваются различные аспекты хеджирования: от описания его краткой истории, средств выражения до анализа функций, выполняемых в речи. Авторы приходят к выводу, что хеджирование является неотъемлемой частью политического дискурса, в частности, речи политиков. Оно позволяет ораторам эффективно выстраивать диалог с аудиторией и защищать себя от возможной критики.

Abstract

Hedging is one of the most promising areas in the study of modern pragmatics, which explores the manner speakers mitigate their statements, express ambiguity, and avoid categorical assertions. This article examines the main functions of hedging in American political discourse. The aim of the paper is to identify and analyze the functions of hedging that are used by politicians in order to achieve communicative goals. Political speeches often require politicians to exercise particular caution and flexibility in their speech patterns to avoid conflicts and gain the audience's trust. The article reviews various aspects of hedging: from a brief history and means of expression to the analysis of its functions in speech. The authors conclude that hedging is a crucial part of political discourse, particularly in the speech of politicians. It allows speakers to effectively build a dialogue with the audience and protect themselves from potential criticism.

Ключевые слова: лингвистическое хеджирование, функции хеджирования, речевая стратегия, прагматика, политическая риторика, политический дискурс.

Keywords: linguistic hedging, functions of hedging, speech strategy, pragmatics, political rhetoric, political discourse.

Нечёткость — это одна из основных характеристик человеческого языка, которая определяет присущую только ему двусмысленность и гибкость, что позволяет людям тонко выражать и интерпретировать различную информацию. На политической арене такая неточность играет особую роль, поскольку она позволяет политикам ориентироваться в социальных и идеологических контекстах. Лингвистическое хеджирование является ключевым механизмом в создании такого рода «размытия» для поддержания эффективной политической коммуникации.

Стратегия хеджирования заключается в использовании лингвистических средств, смягчающих утверждения, вносящих двусмысленность в высказывания или выражающих неуверенность в сказанном, что позволяет ораторам избежать абсолютных утверждений и защититься от потенциальной критики со стороны аудитории. Такое владение языком важно для политических деятелей, которые принимают сложные решения, так как оно позволяет предотвратить появление конфликтных ситуаций. Понимание основных функций лингвистического хеджирования в политическом дискурсе помогает раскрыть цели политиков и методы их влияния на общественное восприятие.

Изучение лингвистического хеджирования берёт начало в начале 70-х годов XX века. Впервые данное понятие представил американский лингвист Джордж Лакофф. В своём исследовании «Hedges: A Study In Meaning Criteria And The Logic Of Fuzzy Concepts» он описывает, как люди используют языковые средства для выражения неуверенности, вежливости или неточности. Такие средства он назвал «хеджами» — «словами, функция которых заключается в представлении объектов более или менее неясными [Lakoff, 471, 1973]. К хеджам Дж. Лакофф относит следующие слова и выражения: strictly speaking, basically, in a way, very, pretty (much), can be viewed, so to say и т.д.

Согласно Дж. Лакоффу, *sort of* является одним из предикативных модификаторов, демонстрирующим различия в принадлежности объекта к какой-либо группе. Эффект от данного хеджа невозможно описать в бинарной системе логики только со значениями истинности и лжи:

1. Малиновка — это что-то вроде птицы. (Ложь, безусловно это птица).
2. Курица — это что-то вроде птицы. (Истина или очень близко к истине).
3. Пингвин — это что-то вроде птицы. (Истина или близко к истине).
4. Летучая мышь — это что-то вроде птицы. (Ложь или очень близко к лжи).

5. Корова — это что-то вроде птицы. (Ложь) [Lakoff, 1973, p. 471].

Со временем изучение хеджирования значительно расширилось: учёные расширили первоначальные идеи Дж. Лакоффа. Первоначально Дж. Лакофф концентрирует внимание на семантических аспектах хеджирования, а в дальнейших исследованиях он описывает данный феномен с точки зрения прагматики. Лингвист приходит к выводу, что определённые перформативные глаголы и синтаксические конструкции могут снижать иллокутивную силу пропозиции. Если сравнить следующие примеры: “*I agree with your assessment*” и “*I can agree with your assessment*”, можно увидеть, как предложение с хеджированным перформативом становится менее категоричным и более условным.

Б. Фрейзер рассматривает хеджирование как риторическую стратегию, с помощью которой говорящий может изменить степень истинности пропозиции или указать на отношение оратора к самой пропозиции:

1. He’s **really like** a geek.
2. The pool has **a sort of** a L-shaped design.
3. Peter’s house is **almost** 100 feet wide [Fraser, 2010, p. 22].

Важно отметить, что среди лингвистов ведутся споры по поводу классифицирования хеджей. Поскольку хеджирование является тесно связанным с прагматикой явлением, его интерпретация зависит от контекста. Можно предположить, что любая единица языка может выступать в роли хеджа, но это определяется конкретными прагматическими факторами. Другими словами, хеджи могут выражаться различными лексическими, морфологическими и синтаксическими средствами.

По нашему мнению, классификация лингвиста Г.Р. Власян отражает средства использования хеджей наиболее подробно:

- Модальные глаголы (must, can, ought to, need to).
- Модальные слова: прилагательные, существительные, наречия (likely, chance, possibility, arguably, presumably, etc).
- Приближенные значения степени, количества, частоты и времени (roughly, nearly, partly, more or less, etc).
- Эпистемические глаголы (to think, to doubt, to suppose, to reckon, etc.).
- Вводные конструкции (it seems, in my opinion, as far as I know, etc).
- Условные предложения (assuming that, if so, provided that, etc).
- Косвенные речевые акты (could you clarify your stance on this policy?).
- Металингвистические комментарии (in other words, quite frankly, etc).
- Разделительные вопросы (...didn’t you?).
- Отрицательные конструкции (Isn’t it...?).
- Безличные пассивные предложения (it is believed, it has been argued, etc).
- Составные хеджи (seems possible, appears to be true, etc) [Vlasyan, 2018, p. 687].

Таким образом, данные слова не образуют отдельный грамматический класс. Следовательно, неопределённость может проявляться на лексическом, морфологическом и синтаксическом уровнях языка.

По мнению литовской исследовательницы Р. Лауринайтите, стратегия хеджирования используется в различных сферах общественной жизни, включая политику. Политические выступления, отличающиеся от других видов взаимодействия с аудиторией, также демонстрируют феномен хеджирования. Он является одной из особенностей речи политиков, так как хеджи служат для смягчения утверждений. Они также связаны с вежливостью и стратегиями «сохранения лица», что важно для создания позитивного имиджа политика [Laurinaitytė, 2011, p. 3].

Следовательно, политические деятели используют хеджи в своей речи для проявления вежливости (как положительной, так и отрицательной), смягчения высказываний,

обеспечения самозащиты, избегания конфронтации и ответственности, демонстрации скромности и сокрытия правды.

На конкретных примерах мы проанализируем использование хеджей американскими политиками и определим их функции:

1. Смягчение утверждений и снижение категоричности высказывания:

“This is the greatest movement in the history of our country and I was saying the other day that in 2016, one of the biggest issues was the border. And I sort of won on the border, I guess, maybe”;

В данном примере аппроксиматор качества «sort of won», эпистемический глагол «guess» и наречие «maybe» используются политиком для того, чтобы преуменьшить свои достижения и не звучать слишком уверенно.

“He did it I think probably unfairly just like they cheated on the last election, but they did beat the competition”.

Конструкция «личное местоимение + глагол говорения» (I think) и модальное наречие «probably» используются для того, чтобы снизить категоричность высказывания. Тем самым политик не обвиняет своего противника, а лишь выражает сомнения и предположения.

2. Уменьшение ответственности за сказанное:

“Now, what’s unclear at this point is when exactly that ban will fully take effect and be enforceable in the words of the court”.

Металингвистический комментарий «in the words of the court» переносит ответственность за информацию на судебную инстанцию, показывая, что высказывание не является собственным мнением политика.

“And as I understand it, the JLOTS vessels and personnel have organic force protection capability as well”.

В данном контексте, наоборот, конструкция «личное местоимение + эпистемический глагол» (as I understand) указывает на то, что утверждение является мнением оратора, не возведённое в абсолют.

3. Укрепление доверия слушателей:

“The President will continue to use every tool to deliver as much relief as possible to as many people as possible”;

Сравнительная конструкция «as much as» + модальное прилагательное «possible» демонстрирует стремление к достижению максимального эффекта. Дублирование такой конструкции призвано убедить людей в настойчивости оратора.

“I believe that because we’re ready to be a failed nation. We’re a failed nation right now”.

Эпистемический глагол «believe» имеет сильное эпистемическое значение, демонстрирует уверенность политика в сказанном, способствуя укреплению доверия аудитории.

Таким образом, мы можем прийти к выводу, что лингвистическое хеджирование является важным инструментом, к использованию которого могут прибегать политики, чтобы обеспечить необходимую защиту и тактичность своим высказываниям. Хеджирование позволяет смягчать утверждения и снижать категоричность высказывания, избегать ответственности за конкретные заявления, а также укреплять доверие аудитории. Политики используют данную стратегию, чтобы не только защитить себя от потенциальной критики, но и успешно донести свои мысли и наладить контакт со слушателями, не провоцируя конфликты.

Список литературы

1. Fraser, B. Pragmatic competence: the case of hedging // G. Kaltenböck, W. Mihatsch & S. Schneider (ed.) *New approaches to hedging*. – Emerald, 2010. – P. 15-34.

2. Lakoff, G. Hedges: A study in meaning criteria and the logic of fuzzy concepts. – California : UC Berkeley, 1973. – 52 p.
3. Laurinaitytė, R. Hedges in political discourse. – Vilnius Pedagogical University, 2011. – 130 p.
4. Vlasyan, G. R. Linguistic hedging in the light of politeness theory // The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences. – 2018. – P. 685-690.

Д. В. ДУБРОВСКАЯ, Т. В. БОРИСЕНКО
Челябинский государственный университет
(Челябинск, Россия)

АКТУАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА СЕМЬЯ В ТРУДАХ М.В. ПАНОВА

ACTUALIZATION OF THE CONCEPT OF FAMILY IN THE WORKS OF M.V. PANOV

Аннотация

В статье рассматривается актуализация концепта СЕМЬЯ в научных трудах отечественного лингвиста М.В. Панова. Концепты реализуются на уровне профессионального сознания в структуре профессиональной языковой личности автора и отражают структуру его специального опыта. Одной из отличительных особенностей профессиональной языковой личности лингвиста является его метаязыковая деятельность. Разнообразие средств актуализации концепта СЕМЬЯ указывает на важность данного концепта для языковой личности М.В. Панова. Авторы выделяют 8 признаков концепта СЕМЬЯ, которые актуализируются через лексические единицы со значением семейных или родственных отношений. Анализ трудов лингвиста показал, что концепт СЕМЬЯ актуализирован в работах М.В. Панова в двух связанных между собой сферах: «группа людей <...>» и «группа родственных языков».

Abstract

This article presents the study of the concept FAMILY actualization in the works of a Russian linguist M.V. Panov. Concepts are realized on the professional consciousness level in author's professional linguistic persona and reflect the author's special experience. One of the peculiarities of the linguist's professional linguistic persona is metalinguistic activity. The variety of means of the concept FAMILY actualization in M.V. Panov's scientific works proves the importance of the concept for him. The authors of the article outline 8 concept features that are actualized in the works through lexical units. The analysis shows that the linguist uses two spheres of the concept FAMILY: «group of people» and «group of languages».

Ключевые слова: профессиональная языковая личность, концепт, семья, М.В. Панов.

Keywords: professional linguistic persona, concept, family, M.V. Panov.

Введение. Профессиональная языковая личность является перспективным объектом исследования. В ней отражается особое видение мира, обусловленное достижением профессиональных целей. Профессиональная деятельность определяет особенности мышления личности, его картину мира, а также те способы языкового выражения, которые являются для личности приоритетными [Голованова, 2024, с. 251]. Особый ин-

терес представляет изучение профессиональной языковой личности ученого-лингвиста, поскольку его отличает специализированная метаязыковая деятельность. Целью данной статьи является исследование особенностей актуализации концепта СЕМЬЯ в трудах российского лингвиста М.В. Панова. Использован метод сплошной выборки и метод концептуального анализа.

Профессиональная языковая личность. Профессиональная языковая личность представляет собой «совокупность интеллектуальных, социально-культурных и морально-волевых качеств человека, сформированных в особой профессионально-культурной среде» и рассматривается как вторичная в структуре языковой личности [Голованова, 2024, с. 247]. Данной теме посвящали научные труды таких исследователей как С.Л. Мишланова, Л.Н. Кузнецова, С.В. Самойлова, Г.И. Морозов и другие. Е.И. Голованова, опираясь на модель Ю.Н. Караулова, разработала трехуровневую структуру, отражающую профессиональный компонент языковой личности. Полное описание профессиональной языковой личности, согласно этой модели, включает уровень профессионального сознания, вербальный и мотивационно-прагматический уровни. Наиболее важными для исследователя будут такие проявления личности в тексте, как прецедентные тексты, авторские комментарии, предпочтительные образные средства, которыми пользуется автор, а также индивидуально-маркированная терминология. [Голованова, 2024, с. 248].

Таким образом, профессиональная языковая личность - это многокомпонентная структура, каждый слой которой отражает различные личностные и профессиональные качества. Для нашей статьи интересен уровень профессионального сознания. Он представлен концептами и доменами как ментальными образованиями, отражающими структуру специального опыта [Голованова, 2024, с. 247]. Уровень профессионального сознания языковой личности показывает, как происходит категоризация и концептуализация различных объектов, являющихся предметом профессиональной деятельности автора. Результаты этой деятельности проявляются в особенностях репрезентации концептов в языковых и речевых единицах [там же].

В данной работе мы рассмотрим актуализацию концепта СЕМЬЯ.

Концепт СЕМЬЯ в трудах М.В. Панова. М.В. Панов – российский лингвист, литературовед и публицист. В сферу его интересов входил широкий круг вопросов, начиная от русской фонетики и орфоэпии, заканчивая трудами по истории русского языка и стилистике. Стиль научных работ М.В. Панова индивидуален и узнаваем. Оставаясь в рамках научного стиля, он допускал отступления от академических норм. Такие отступления можно обнаружить на разных уровнях языка, от словообразования до синтаксиса. Исследователь использовал суффиксы субъективной оценки, фразеологические единицы, различные средства художественной выразительности. Его идиостиль характеризуется диалогичностью, афористичностью изложения, наличием авторской иронии и ориентацией на удобство восприятия текста [Печагина, 2009, с. 58]. Для анализа мы использовали восемь трудов учёного: «Русская фонетика», «Современный русский язык. Фонетика», «История русского литературного произношения XVIII-XXвв.», «Занимательная орфография», «Позиционная морфология русского языка», «И всё-таки она хорошая!», «Энциклопедический словарь юного филолога» и сборник «Труды по общему языкознанию и русскому языку» (том 1). Методом сплошной выборки было отобрано более 150 примеров, включающих в себя лексические единицы, актуализирующие концепт СЕМЬЯ (*семья, семейный, отец, брат, дед, родственник и т.п.*).

Отмечено, что рассматриваемый концепт реализуется в работах М.В. Панова в нескольких случаях: в примерах, в научно-популярных работах при описании языковых явлений, при описании взаимоотношений между единицами языка, о развитии языка.

Учёный использует лексему семья, как в значении «группа людей, состоящая из мужа, детей и других близких родственников, живущих вместе» [Кузнецов, 2000, с. 1175], так и в значении «группа родственных языков» [там же].

В первую очередь семья для М.В. Панова – это среда для передачи языковых особенностей от старшего поколения к младшему. Таким образом, актуализируется признак **наличие преемственности**. Такая преемственность основана на семейных традициях. Исследователь пишет: «Устойчивость семьи и семейных традиций — это шанс для выживаемости культурных орфоэпических норм» [Панов, 2004, с. 460]. Мысль о том, что дети (внуки) перенимают манеру произношения и особенности языка от своих отцов (дедов) встречается во всех рассмотренных работах. Такие фразы, как «Внуки» поддержали произношение «дедов», «семейное влияние», «под влиянием семейных традиций», «передавался... по семейным традициям» и др. актуализируют как признак **наличие преемственности**, так и признак **наличие традиций**. Кроме того, преемственность влияет на связь между поколениями, что актуализирует признак **единство членов группы**. Язык, по словам М.В. Панова объединяет «отцов» и «детей»: «Совершенство литературного языка — в единстве норм речи отцов и детей, прадедов и правнуков» [Панов, 1979, с. 199], «Фонемное письмо без труда объединит и детей, и отцов, и дедов, и прадедов» [Панов, 1964, с. 124]. Следует указать, что М.В. Панов отмечает, что на язык влияет не только семья, но и окружение, что приводит к различиям в произношении, написании и т.п. у представителей разных поколений: «Если это текст переписет бабушка, пользуясь фонетической орфографией, а потом внук – будет около десяти расхождений в написании» [там же, с. 48].

Исследователь может подбирать любые языковые единицы для примеров к своим рассуждениям. М.В. Панов часто использует термины родства и примеры о взаимоотношении между родственниками. Так, например, в «Трудах по общему языкознанию и русскому языку» обнаружено 7 примеров с лексемой *отец*, 3 раза использована лексема *правнук*, 2 раза – *прадед*, кроме того употребляются лексемы *сестрицы*, *сёстры*, *прабабушка* [Панов, 2004]. Слово отец является частым примером в работах исследователя: оно встречается в книгах «Занимательная орфография», «Энциклопедия юного филолога», «Русская фонетика». Помимо употребления лексем в качестве примеров автор составляет предложения о семейных отношениях. Например, «Всех своих родственников он не любит» [Панов, 2004] или «Посещение родственников не всегда приятно» [Панов, 1967, с. 282]. Последний пример использован автором для того, чтобы показать всевозможные трансформации предложения. Отчасти можно сказать, что здесь актуализируется признак **наличие плохих взаимоотношений**.

Признак наличие хороших взаимоотношений также реализуется в работах исследователя посредством другой группы примеров. В них реализуются такие признаки, как «поддержка»: «Их поддерживают родственники» [Панов, 1967, с. 186]; «Сын рассказывает матери, какой ему трудный попался билет на экзаменах» [Панов, 1979, с. 219]; «Внуки» поддержали произношение «дедов» [Панов, 1967, с. 298]; «семейные традиции»: «Пока литературный язык передавался главным образом по семейным традициям в узком кругу интеллигенции» [там же, с. 321]; «груши, варенные в меду моей бабушкой» [Панов, 2010, с. 118]; «передача произносительных привычек по семейным традициям, от семьи к семье, без значительного влияния книги, сцены, проповеди и т.д. — вот гарантия устойчивости этих привычек» [Панов, 1990, с. 191].

Третья группа примеров, приведённых М.В. Пановым в своих трудах связана с объяснением языковых явлений. И здесь он также нередко прибегает к описанию родственных связей. Например, объясняя свойства семантических полей в «Словаре юного филолога», учёный приводит в пример поле «термины родства». При объяснении явления позицион-

ного чередования звуков в работе «Современный русский язык. Фонетика», описывается ситуация в магазине, куда по очереди ходят члены одной семьи: бабушка и внучка. Все описанные выше примеры, приводимые М.В. Пановым, актуализируют такой признак концепта СЕМЬЯ как **наличие родственников**.

Несомненно, в трудах по языкознанию лексема семья употребляется не только по отношению к людям, но и по отношению к языкам, а родственными могут быть взаимоотношения между лексическими единицами и различными языками. Например, в «Словаре юного филолога» более 35 раз используется сочетание «родственные языки» и 27 раз встречаются выражения, обозначающие семью языков. Во многих работах присутствуют словосочетания *родственные слова*, *родственные значения* и т.п. В данном случае реализуется признаки имеющие схожих членов и обладающие общим предком т.к. в том числе по определению М.В. Панова Языки называются родственными, если они имеют общее происхождение [Панов, 1984, с. 62].

Выводы. Таким образом, анализ трудов М.В. Панова позволил выделить актуализацию 8 признаков концепта СЕМЬЯ: наличие преемственности, наличие традиций, единство членов группы, наличие плохих взаимоотношений, наличие хороших взаимоотношений, наличие родственников, имеющие схожих членов, обладающие общим предком. Большое количество средств актуализации признаков говорит о важном месте, которое занимает концепт СЕМЬЯ в концептосфере учёного-языковеда. Отмечается органическое переплетение двух различных сфер понятийного слоя концепта: «человеческой» и «языковой».

Список литературы

1. Голованова, Е. И. Введение в когнитивное терминоведение. Учебное пособие. – М. : Флинта, 2024. – 254 с.
2. Кузнецов, С. А. Большой толковый словарь русского языка. – СПб.: Норинт, 2000. – 1536 с.
3. Панов, М. В. Энциклопедический словарь юного филолога (языкознание) / Сост. М. В. Панов. – М. : Педагогика, 1984. – 352 с.
4. Панов, М. В. История русского литературного произношения XVIII-XX вв. – М. : Наука, 1990. – 456 с.
5. Панов, М. В. И все-таки она хорошая. Рассказ о русской орфографии. – М. : Наука, 1964. – 168 с.
6. Панов, М. В. Труды по общему языкознанию и русскому языку. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – Т. 1. – 567 с.
7. Панов, М. В. Русская фонетика. – М. : Просвещение, 1967. – 443 с.
8. Панов, М. В. Современный русский язык. Фонетика: учебник для ун-тов. – М. : Высш. школа, 1979. – 256 с.
9. Панов, М. В. Занимательная орфография : для ст. школ. возраста. – М. : Просвещение, 2010. – 160 с.
10. Панов, М. В. Позиционная морфология русского языка. – М. : Наука, 1999. — 275 с.
11. Печагина (Дубровская), Д. В. Идиостиль ученого (на материале научных трудов М.В. Панова) // Филологические проекции большого Урала: материалы межвуз. науч. студ. конф. – Пермь, 2009. – С. 56-60.

А. А. ЕЛИСТРАТОВЧелябинский государственный университет
(Челябинск, Россия)**О СЛОВАРНОМ ОПИСАНИИ НЕОФИЦИАЛЬНЫХ СПОРТИВНЫХ
АНТРОПОНИМОВ (НА МАТЕРИАЛЕ «СЛОВАРЯ УФИМСКОГО СЛЕНГА»)****ABOUT DICTIONARY DESCRIPTION
OF UNOFFICIAL SPORTS ANTHROPONYMS
(ON THE MATERIAL OF THE “DICTIONARY OF UFA SLANG”)****Аннотация**

Настоящая статья представляет собой небольшое исследование особенностей лексикографирования нескольких десятков неофициальных спортивных антропонимов (гипокористик, отчеств, прозвищ), обнаруженных в словаре местного сленга. Анализ осуществляется с позиции отношений между вокабулами в словнике (омонимические и синонимические) и с позиции архитектоники словарной статьи. Последняя включает в себя как обязательные, так и факультативные компоненты. Они подразделяются на грамматические пометы, полное или частичное описание денотата посредством официальной антропонимической формулы, социолингвистические характеристики объекта описания (игровое амплуа, осуществляемые обязанности, текущий статус, название команды, вид спорта, территориальная закреплённость), хронологические сведения, иллюстративный пример и его источник, этимологическую справку, словообразовательный комментарий. Раскрываются достоинства и недостатки данного словаря и словарного описания вокабул.

Abstract

This short lexicographic research deals with several dozens unofficial proper names of sports (hypocoristics, patronymics, nicknames) in a local slang dictionary to reveal their special traits. The analysis is conducted from the angle of the relations (homonymous and synonymous) between the lemmas in the word-list and from the angle of the dictionary microstructure. The dictionary article includes both compulsory and optional components. They are subdivided into grammatical notes, a full or partial description of the referent through the official antroponymic formula, sociolinguistic characteristics of the object of description (game functions, obligations to perform, a current status, a team name, a sport, a territorial attachment), chronological information, an illustration of usage and its source, etymological or derivational comments. The research reveals advantages and disadvantages of the lexicographic description of the lemmas as well as the dictionary in general.

Ключевые слова: антропонимы, прозвища, социальная лексикография, словарь, сленг, субстандарт, спорт.

Keywords: personal names, nicknames, social lexicography, dictionary, slang, substandard vocabulary, sport.

Словарное описание антропонимов, ограниченных социально и локально, является одной из насущных задач территориальной и социальной лексикографии. Как справедливо отмечают ономасты: «Огромный лексический материал уходит со старшим поколением. Если его сейчас же не собрать, не записать и не подвергнуть предварительной обработке, бесценный материал навсегда погибнет» [Зинин, 1971, с. 83-84]. Поэтому нельзя не признать, что исследуемый в настоящей работе лексикографический труд С. В. Вахи-

това [Вахитов, 2008] безусловно внес вклад в сохранение пласта регионально ограниченных лексических единиц, в том числе субстандартных антропонимов, и стал серьезным шагом в развитии отечественной социальной лексикографии.

Цель настоящего исследования заключается в изучении особенностей лексикографического описания неофициальных спортивных антропонимов в словарях субстандартной локально и социально ограниченной лексики. Исследования такого рода представляются актуальными по ряду причин. Во-первых, неофициальные антропонимы нечасто «удостаиваются» лексикографического описания в общих, неспециализированных словарях субстандартного уровня. Неофициальные спортивные антропонимы вводятся в такие словари еще реже; исключение преимущественно составляют широко известные номинации спортивных «звезд». Именования менее известных представителей спорта вообще остаются за пределами словарей. Во-вторых, представляет интерес локальность употребления неофициальных антропонимов, которая может обнаруживать необычную лингвистическую вариативность и рассматриваться как особая территориально и социально обусловленная форма существования языка. Территориальная обусловленность здесь означает ограниченность функционирования указанных антропонимов речью городского населения в отличие от речи носителей территориальных, т. е. сельских, диалектов. Попутно отметим, что диалектные неофициальные именования в отечественной лексикографии имеют давнюю традицию описания и репрезентации в фундаментальных словарях (см. пример одной из таких работ: [Кюршунова 2010]). Таким образом, наблюдается определенный перекоп в лексикографическом исследовании сельских и городских неофициальных антропонимов, который, как представляется, нуждается в исправлении.

Перед тем как рассмотреть словарную микроструктуру, необходимо указать, что исследуемая версия словаря представляет собой электронный документ без нумерации страниц, словник располагается в алфавитном порядке. Указанные причины обусловили отсутствие ссылок.

Для данного словаря характерен ряд особенностей. В сборе словарного материала участвовали десятки людей, список имен которых приводится в «Предисловии». Составитель отдельно называет информанта (Эдуарда Хизбуллина), предоставившего антропонимическую информацию об уфимских хоккеистах, и выражает тому признательность. Спортивные анимы не единственный разряд антропонимической лексики словаря. Составитель также вводит именования представителей других сфер деятельности (чиновников, политиков, преподавателей, музыкантов). Обращение к соответствующим словарным статьям позволило лучше понять алгоритм лексикографирования неофициальных антропонимов в целом.

Методом сплошной выборки были извлечены пятьдесят шесть неофициальных спортивных антропонимов, номинирующих представителей хоккея, футбола и мини-футбола. Они распадаются на: а) два гипокористика (*Лёня* – Леонид Канарейкин), б) одно просторечное отчество (*Михалыч* – Сергей Михалев), в) пятьдесят три прозвища (*Таджик* – Руслан Загидуллин). Если введение прозвищного материала в словарь сленга не вызывает особых возражений с учетом традиций описания этого разряда лексики в русской социальной лексикографии (см., например: [Мокиенко, 2000; Вальтер, 2005], включая локальную [2006], в силу его социальной ограниченности, стилистической сниженности, повышенной экспрессивности, то отнесение гипокористиков и просторечных отчеств к сленгу представляется дискуссионным ввиду их повсеместного употребления, семантической размытости, недостаточной стилистической сниженности, слабой экспрессивности, т. е. признакам, свидетельствующим о принадлежности скорее к разряду разговорной лексики нежели к сленгу. С другой стороны, при включении этих антропонимов в словарь автор, возможно, руководствовался таким «важнейшим признаком сленга», как

«осознанная оппозиция *официальный / неофициальный*» [Вахитов 2001, с. 7], а также оппозицией «свой / чужой», которая «несет на себе печать определенной субкультуры» [Там же, с. 8], в данном случае – спортивной и околоспортивной.

Все вокабулы в словаре выстроены, как уже отмечалось, по алфавиту и выделены заглавными буквами. Обнаруженные спортивные антропонимы могут вступать в омонимические отношения с другими антропонимами (неспортивными). В этом случае омонимичные имена собственные разграничиваются по отдельным статьям с введением после вокабулы порядкового номера. Например:

«КЕФИР 1 <...> Александр Никифоров, голкипер».

«КЕФИР 2 <...> Вячеслав Михайлович Никифоров, доцент кафедры» (здесь и далее примеры из словарных статей приводятся в сокращенном виде для экономии места – А.Е.).

Если антропонимы вступают в синонимические отношения, то составитель использует не отсылочное толкование вроде «То же, что...» для экономии места, а заново вводит полную информацию о денотате. Например:

«ПРОХА <...> Виталий Прошкин, защитник хоккейного клуба «Салават Юлаев» с 2007 г.»;

«ПРОХАН <...> Виталий Прошкин, защитник хоккейного клуба «Салават Юлаев» с 2007 г.».

В структурном отношении выявленные прозвища, кроме одного, являются однословными. Единственное дискретное прозвище («Хитрый Лис») описывается в статье на вокабулу ЛИС, поскольку она выступает опорным компонентом словосочетания («ЛИС, -а, м. **Хитрый Лис.** <...> Сергей Михалев»). Знак ударения не представлен, как и прочие акцентологические указатели и комментарии. Обязательным атрибутом статьи является зона грамматической квалификации, в которой расположены словоизменительная помета в родительном падеже и помета мужского рода, потому что все вокабулы номинируют мужчин. Помета рода выделена курсивом.

Далее следует зона толкования, состоящая из нескольких компонентов. Первым из них является описание денотата, т. е. лица-носителя неофициального антропонима, посредством полного – трехчленного – варианта официальной антропонимической формулы (фамилия, имя, отчество), либо усеченного (имя, фамилия). См.: «ТОЛСТЫЙ <...> Степанов Вадим Николаевич»; «АКИМ <...> Сергей Акимов». Исключение составляют чешские спортсмены-легионеры в составе уфимского хоккейного клуба «Салават Юлаев», имена которых в силу социокультурных особенностей образуют двучленную антропонимическую формулу. См.: «РАДИК <...> Радек Филипп». Нижеперечисленные компоненты зоны толкования отражают социолингвистическую вариативность, обусловленную спецификой спортивной деятельности объекта номинации.

1. Профессиональные обязанности и функции спортсмена: *тренер, капитан.*

2. Игровое амплуа: *защитник, нападающий, вратарь (голкипер)*; в отдельных случаях автор не раскрывает спортивную специализацию, обходясь общими номинациями вроде «игрок» или «футболист».

3. Статус спортсмена на момент создания словаря. Он уточняется прилагательным «бывший» (например, «бывший игрок») или через указание на даты его карьеры в составе команды (например, «нападающий хоккейного клуба <...> с 2006 г.» или «нападающий хоккейного клуба <...> 2000-2001, 2002-2003 годы».

4. Социальная ограниченность вокабулы реализуется через название клуба или команды, в состав которой спортсмен входил на момент создания словаря, и вид спорта. Неофициальные хоккейные антропонимы относятся только к представителям уфимского хоккейного клуба «Салават Юлаев». Принадлежность к команде по мини-футбо-

лу уточняется аббревиатурой МФК «мини-футбольный клуб (или команда? – А. Е.)», расшифровка которой доставляет неудобства пользователю словаря, поскольку нигде не раскрывается специально: издание не содержит разделы «Как пользоваться словарем» и «Список сокращений». Любительские команды, не имеющие названия, получают развернутое описание: «команды мастеров по футболу СК “Гастелло”», «футбольная команда СК “Гастелло”», «команда УГНТУ по футболу». В исследуемом материале содержатся отсылки к следующим спортивным командам: «Динамо-Тималь», «Содовик» (Стерлитамак), «Горняк» (Учалы), «Мираж» (Благовещенск), «Рейд-Гастелло» (Уфа), «БГПУ», «Строитель», «Нефтяник», «Девон» (Октябрьский), «Добрый день» (Уфа).

5. Названия населенных пунктов (*Благовещенск, Октябрьский, Стерлитамак, Уфа, Учалы*) свидетельствуют о территориальном варьировании неофициальной антропонимической номинации и служат иллюстрацией положения о том, что словарь охватывает сленговые слова из речевого обихода жителей «Уфы и окрестностей». Тем самым, по мнению составителя, находит выражение один из главных принципов создания словаря – соблюдение единства пространства и времени.

Временной, или хронологической, параметр словарного описания реализуется в обязательном порядке, присутствуя в каждой статье в виде заключенной в скобки даты фиксации антропонима. Например: «(*Март 2007*)». Эта временная помета вводится в самый конец статьи либо после зоны толкования, либо после иллюстративного примера. В некоторых словарных статьях наблюдается употребление обоих вариантов одновременно.

Зона иллюстративных примеров является факультативным компонентом словарной микроструктуры. Она обнаружена в тринадцати статьях, описывающих представителей уфимского хоккейного клуба «Салават Юлаев». Каждая статья содержит один, редко – два иллюстративных примера, которые отделяются от зоны толкования тильдой (~). Иллюстративный пример берет на себя отдельную смысловую нагрузку: проясняет употребление вокабулы, уточняет ее синтаксическое «поведение», способствует пониманию коннотаций и т. д. См. пример: «ГНИЛОЙ <...> ~ Нормальные болелы Милана “гнилым” не называют». В примере уточняется, что отфамильное прозвище *Гнилой*, под которым известен чешский вратарь Милан Гниличка, имеет ограниченное употребление ввиду отрицательной коннотации и является неприемлемым в речевом обиходе части хоккейных болельщиков, т. е. характеризуется с этико-стилистических и социолингвистических позиций.

Иногда часть словарной иллюстрации подвергается авторскому уточнению, чтобы максимально раскрыть пользователям ее смысл. См.: «~ Здесь <на трибуне ледовой арены> только и слышно *Волчара* и всё». Здесь авторское уточнение заключено в треугольные скобки, иллюстрируемый антропоним отмечен курсивом. Замыкает зону иллюстрации дата фиксации антропонима и в ряде случаев ссылка на источник: «(Официальный сайт хоккейного клуба “Салават Юлаев” – <http://www.hcsalavat.ru/> – 29.12.2007)». Источником примера выступают интернет-сайты. Иллюстративный пример может приводиться и без ссылки на источник.

Факультативным компонентом словарной микроструктуры является зона этимологизации вокабулы, которая отделяется от зоны толкования треугольной скобкой. Она зафиксирована в единичном случае: «БАБАЙ <...> < От тат. *бабай* “дедушка, старик”», где «тат.» – сокращение «татарского».

Для прояснения семантики прозвища очень желательно раскрыть его мотивировку, указав причину выбора или создания для данного объекта [Подольская, 1978, с. 87]. Как известно, прозвища образуются по формальным (звуковым, графическим) и семантическим (экстралингвистическими) причинам. Абсолютно мотивированные прозвища создаются на основе одного из членов официальной антропонимической формулы, т. е. обуславливаются планом выражения [Манченко, 2008, с. 8]. С позиций словообразования

они полностью прозрачны и, как правило, не требуют специальных пояснений в словарной статье. Изученный материал содержит тридцать семь отфамильных прозвищ (например: «СЫР <...> Игорь Сыров») и одно отыменное («РАДИК <...> Радек Филипп»). Анализ соответствующих словарных статей не выявил зоны деривации и иных указаний на словообразовательные особенности этой разновидности прозвищ, хотя в редких случаях дериватологический комментарий все же обнаруживается в статьях о неспортивных антропонимах. См.: «ЗУБР <...> Марат Гальянурович Зубаиров, доцент кафедры теории и истории государства и права <...> < *Прозвище по фамилии* ». Как кажется, наличие зоны деривации или соответствующего словообразовательного комментария обязательно для двух видов прозвищ. Это, во-первых, отынициальные прозвища (например: «ДД <...> Дамир Фаритович Давлетов»), комментарий к которым необходим для уточнения их происхождения по причине слабой информативности [Манченко, 2008, с. 8]. В указанном примере пользователь словаря может лишь предполагать, что прозвище явилось результатом аббревиации имени и фамилии спортсмена. Во-вторых, это прозвища со смешанной мотивировкой, т. е. с двумя и более мотивами номинации. См. следующий пример: «МЕДЛЮК <...> Денис Метлюк, нападающий хоккейного клуба “Салават Юлаев”». Очевидно, что здесь мотивировка распадается на два мотива: формальный (от фамилии) и содержательный (от прилагательного «медлительный»), при этом желательно, чтобы словарная статья располагала комментарием о том, какой из указанных мотивов явился ведущим и по какой причине.

Словарная статья о семантически мотивированном прозвище может изредка содержать мотивировку его создания. Например: «ДЕДУШКА <...> Прозвище появилось после того, как у футболиста родилась внучка». См. также пример прозвища, в раскрытие мотивировки которого закралась ошибка: «ЛАЛА <...> Радик Зуфарович Самиков, футболист команды “Алтайр” Алексеевка, лучший бомбардир чемпионата республики 1996 года. Прозвище дано по фамилии чешского хоккеиста, поклонником которого был в детстве Р. З. Самиков». Здесь, вероятно, имеется в виду Ян Лала – чехословацкий футболист, серебряный призер чемпионата мира 1962 г.

Подведем итоги. На основании изученного материала выявляется следующий максимально полный алгоритм микроструктурного описания спортивного антропонима в указанном словаре:

- а) вокабула, выделенная заглавными буквами;
- б) зона грамматической квалификации (пометы рода, словоизменительная помета в родительном падеже);
- в) зона толкования (имя денотата со всеми компонентами в соответствии с официальной антропонимической формулой, профессиональные функции, игровое амплуа, статус на момент издания словаря, длительность спортивной карьеры, название команды и ее территориальная прикреплённость);
- г) иллюстративный пример с указанием источника (с авторскими разъяснениями по необходимости);
- д) хронологическая помета (после иллюстративного примера или после зоны толкования);
- е) зона этимологизации (для иноязычных заимствований и семантически мотивированных прозвищ);
- ж) словообразовательный комментарий (по необходимости).

Таковы особенности лексикографического описания неофициальных спортивных антропонимов, функционирующих в речевом обиходе жителей г. Уфы и его окрестностей. Несмотря на отдельные недостатки, следует признать достоинства словаря, главным из которых является вклад в развитие локальной социолексикографии русского языка.

Список литературы

1. Вальтер, Х. Толковый словарь русского школьного и студенческого жаргона: ок. 5000 слов и выражений / Х. Вальтер, В. М. Мокиенко, Т. Г. Никитина. – М.: Астрель: АСТ: Транзиткнига, 2005. – 360 с.
2. Вахитов, С. В. Лекция о русском сленге. – Уфа: Изд-во БГПУ, 2001. – 48 с.
3. Вахитов, С. В. Словарь уфимского сленга начала XXI века. Версия 2008 года // ЛитРес : Библиотека : [официальный сайт]. – URL : <https://lib.litres.ru/book/salavat-vahitov/slovar-ufimskogo-slenga-nachala-xxi-veka-versiya-2008-goda-22572677/> (дата обращения: 27.06.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей.
4. Зинин, С. И. О сборе антропонимического материала в СССР / С. И. Зинин, А. В. Суперанская // Проблемы узбекской и русской филологии : сборник статей. – Ташкент, 1971. – Вып. 412. – С. 83-102.
5. Кюршунова, И. А. Словарь некалендарных личных имен, прозвищ и фамильных прозваний Северо-Западной Руси XV-XVII вв. – СПб.: «Дмитрий Буланин», 2010. – 672 с.
6. Манченко, Е. С. Лингвокультурные и структурно-функциональные характеристики английских прозвищ : специальность 10.02.04 «Германские языки» : автореф. дисс. ... канд. филол. наук / Елена Сергеевна Манченко. – Воронеж, 2008. – 16 с.
7. Мокиенко, В. М. Большой словарь русского жаргона / В. Б. Мокиенко, Т. Г. Никитина. – СПб.: Норинт, 2000. – 720 с.
8. Подольская, Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. – М.: Наука, 1978. – 199 с.
9. Никитина, Т. Г. Региональный словарь сленга (Псков и Псковская область) / Т. Г. Никитина, Е. И. Рогалева. – М.: ООО «Издательство ЭЛПИС», 2006. – 384 с.

М. В. ЗАГИДУЛЛИНА

Челябинский государственный университет
(Челябинск, Россия)

**О ГРАНИЦАХ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ НАУКИ В АСПЕКТЕ ПРОБЛЕМЫ ЯЗЫКОВ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

**THE LIMITS OF SCIENCE POPULARIZATION IN THE ASPECT
OF PROFESSIONAL COMMUNICATION**

Исследование выполнено за счет гранта
Российского научного фонда
(совместно с Челябинской областью)
№ 23-18-20098, <https://rscf.ru/project/23-18-20098/>

Аннотация

В статье сопоставляются две персоналии из истории Челябинского государственного университета – Л. А. Шкатова и Г. Б. Зданович. Основанием сопоставления выступает проблема конфликта логики каждого профессионального языка, к каковым автор

относит язык науки и язык ее популяризации – особенно в целях обучения. Опасность нарушения границ внутринаучных конвенций ярко проявляется в судьбе Г. Б. Здановича, в отличие от совмещения деятельности ученого и популяризатора науки в жизни Л. А. Шкатовой.

Abstract

The article compares two personalities from the history of Chelyabinsk State University – L. A. Shkatova and G. B. Zdanovich. The basis for the comparison is the problem of the conflict of logic of each professional language, which the author includes the language of science and the language of its popularization - especially for educational purposes. The danger of violating the boundaries of intra-scientific conventions is clearly manifested in the fate of G. B. Zdanovich, in contrast to the combination of the activities of a scientist and a popularizer of science in the life of L. A. Shkatova.

Ключевые слова: *Л. А. Шкатова, Г. Б. Зданович, популяризация науки, внутринаучные конвенции, социальный институт науки.*

Keywords: *L. A. Shkatova, G. B. Zdanovich, popularization of science, intra-scientific conventions, social institution of science.*

Л. А. Шкатова была профессионалом сразу во многих сферах, из которых остановимся на двух – во-первых, области науки (языкознания), а во-вторых – области педагогики. Как ее студентка, я могу на основе личных наблюдений сказать, что ее задачей как лектора была фактически популяризация науки, которую она преподавала. Ей важно было заинтересовать студентов, казалось бы, «сухими» лингвистическими сведениями (например, чрезвычайно «груженым» материалом по специфике лексики). Как популяризатор, она постоянно использовала на лекциях различные приемы фасилитации этого материала, не стремясь к предельному академизму (и, кстати, никогда не превращала экзамен в «пытку» потока по своим предметам). Ей было важно видеть интерес в наших глазах, и когда она рисовала на доске двух непонятных человечков и спрашивала у нас, кто из них «оуэня», а кто «жаварыга», мы фактически работали с «глокой куздрой» Щербы, но заходили к той же проблематике со стороны внутренней формы слов (а не их грамматических маркеров). Вряд ли кто-то с моего потока похвастается, что он уже тогда, на первом курсе, «разгадал» этот хитрый популяризаторский ход. Но сейчас это кажется простым и эффективным педагогическим решением.

Если обратиться к проблеме языков профессиональной коммуникации, то важно оперировать понятием «коммуникативной логики» – каковы намерения говорящего в части достижения определенных целей, такой логикой предписанных. Так, область науки требует освоения терминологии как своего особого языка, не только вводящего в мир профессионалов этой науки, но и герметически отсекающего «непосвященных». Этот язык призван стать основой мышления в интересах развития науки. А область педагогики задается логикой освоения науки с другой стороны – преодоления когнитивного сопротивления (прежде всего – с помощью мотивации). Казалось бы, в образовательном учреждении эти логики сближаются и выступают в союзе (что и стало основой давнего представления об образовании как части научной коммуникации – только на стадии обучения). Однако пример лекций Людмилы Александровны дает повод задуматься об определенном конфликте этих логик и непременном доминировании одной логики над другой.

Мотивированность студента настолько часто исчерпывается «страхом незачета», что ее можно рассматривать как определенный демотиватор преподавательской деятельности (преподавателя слушают, конспектируют не благодаря его мастерству, а нередко во-

преки его недостаточной подготовленности к трансляции знаний – потому что страшно «провалить» экзамен или зачет). Но если преподаватель заинтересовывает свою аудиторию предметом – очень возможно, что он переходит к логике популяризации науки, а не прямого транслирования знаний. В аудитории Людмилы Александровны на нашем потоке сидело 75 человек, из которых, насколько я помню – хотя могу и ошибаться – языкознанием занимались специализированно только 25, остальные были литературоведами. Обычно это создавало сложности педагогам, ведущим предметы языковедческой направленности. Но на лекциях Л. А. Шкатовой интересно было всем, ведь она шла от *интересного* материала (например, вывесок на улицах города), а не от терминологических штудий. Да и эти штудии стремилась превратить в игру.

Таким образом, речь идет об определенном различии языка науки и языка ее популяризации. Хотя кажется, что это «само собой разумеется», в рамках общей социологии науки (рассматривающей науку, в том числе, и как социальный институт) намечается конфликт: популяризация «расколдовывает» герметизм научного знания и открывает его «непосвященным», тем, кого можно отнести к «профанной» аудитории. В свою очередь, такие действия не остаются «незамеченными» группами акторов, работающими «внутри круга». «Разрушители» герметизма могут оказаться в числе отверженных – исключенных из круга посвященных. Таков пример профессиональной деятельности Г. Б. Здановича, всемерно поэтизировавшего археологию и ее находки, стремящегося стать «бардом» аркаимских степей (и даже в прямом смысле – он прекрасно читал в кругу слушателей стихи из Авесты, за которыми видел объяснение загадок древних поселений урало-казахстанских просторов). Однако наложение таких интерпретаций на разные версии понимания, объяснения, освоения Аркаима (как известно, оказавшегося в центре туристического ажиотажа как «место силы») привело к тому, что такая популяризация получила довольно резкую оценку самого научного сообщества (см. подробное описание отношения ученых к возникшему разрыву логик науки и ее популяризации: Куприянова, 2013). Е. В. Куприянова отмечает: «В этом плане популяризация археология становится действительно скользким и опасным путём. Создание любых моделей и реконструкции сопряжено с определённой долей фантазии...» (Куприянова, 2013, с. 80). Так, например, Г. Б. Зданович интерпретирует «социальную горизонтальность» древних поселений (не фиксируется наличие каких-то «особенных» жилищ, выделяющих их обитателей как элиту): «Вероятно, в этих условиях были рождены и устно зафиксированы древнейшие сюжеты “Авесты” и “Ригведы”. Синташтинское общество носило эгалитарный характер. Возможно, оно не имеет прямых аналогов. Условно его можно отнести к среднемасштабным, которое, однако, продвинулось в своем развитии и подошло к порогу цивилизации. Не исключено, что общество “Страны городов” отражает альтернативный вариант пути цивилизованного развития, пути безгосударственного» (Зданович, 2002, С. 129). С одной стороны, здесь очевидно следование профессиональным конвенциям, о которых говорит Е. В. Куприянова, – археолог в любом случае вынужден интерпретировать скудные сведения раскопа для восстановления более-менее цельной картины прошлого, а также отделять интерпретацию от фактов, о чем в приведенной цитате говорят маркеры «вероятно», «не исключено». Но с другой стороны, это следование конвенциям при переходе в иную прагматическую плоскость (популяризация знаний о прошлом на основе археологических изысканий, рассчитанная на носитель иной логики) оказывается незаметным или не замечаемым, интерпретация трансформируется в готовое знание без осторожных вводных слов, указывающих на лишь один из многих возможных вариантов.

Популяризация науки как один из элементов педагогики высшей школы, на мой взгляд, оказывается несколько в стороне от каких бы то ни было исследовательских подходов. Между тем пример Людмилы Александровны Шкатовой показывает, что здесь на

первый план выходит личная увлеченность педагога, которой он готов «заразить» своих учеников. А вот где граница собственно логики науки и логики ее продвижения – требует специального исследования (такое исследование представляется актуальным и значимым).

Если вернуться к истории жизни Г. Б. Здановича, то он оказался в центре «внутринаучных» скандалов, где его обвиняли в популяризации Аркаима «любой ценой». В рамках данной статьи нет возможности подробно восстанавливать особенности этих конфликтов (сошлемся на подробный пример, изложенный в статье Кореняко, Кузьминых, 2007), однако их изучение с позиций конфликта логик разных профессиональных языков представляется релевантным. Для наглядной демонстрации можно сравнить два некролога памяти Г. Б. Здановича: в одном из них его ученики и коллеги стремятся обойти все, вокруг чего конфликты, например, избегая даже упоминания метода соотнесения интерпретаций археологических находок сквозь «Ригведу» и «Авесту» (хотя он сам многократно подчеркивал плодотворность такого пути): «... в области методики исследований: комплексный подход к исследованию археологических источников и использование современных методов естественных и технических наук» (то есть «поэтология» не может быть включена в один ряд с указанными методами, даже в виде, например, «методов гуманитарных наук» как неконвенциональный элемент, несмотря на «контрпримеры» – Kristiansen et al., 2023) – см. Боталов, Таиров, 2020, с. 195; а в другом все внимание сосредоточено на личной харизме наставника и сам текст некролога написан поэтически: «У Геннадия Борисовича, прекрасного рисовальщика, были великолепные, изумительно красивые чертежи раскопов, а стратиграфические колонки он читал как летописи. Перед слушателями представляли обитаемые жилища или печальные картины погребальных обрядов. И казалось, вот-вот из-за сопки на крутой берег Ишима вылетят древние всадники на косматых конях или колесничие на боевых двухколесных колесницах с копьями и луками в могучих руках...» (Хабдулина и др., 2020, с. 143).

Как видим, казалось бы, очевидное рассмотрение таких примеров как многогранности труда ученого и наставника сталкивается с понятием границ внутринаучного пространства и чревато стигматизацией ученого (что – с рядом оговорок – случилось на жизненном пути Г. Б. Здановича). Что касается Людмилы Александровны Шкатовой, она нашла определенную «золотую середину» между конвенциями внутринаучными и ее устремленностью к деятельности общественной, в которой не последнее место занимала и популяризация языкознания.

Список литературы

1. Зданович, Г. Аркаим и «Страна городов»: диалог культур. География и хронология // Вестник ЧелГУ. – 2002. – № 1. – С. 118–130.
2. Кореняко, В. А. Наука и паранаука в современной отечественной археологии (по следам обсуждения «проблемы Аркаима») / В. А. Кореняко, С. В. Кузьминых // Российская археология. – 2007. – № 2. – С. 173–177.
3. Куприянова, Е. В. Аркаим: популяризация или «попсовость» (к вопросу о проблемах взаимодействия науки и массового сознания) // Горизонты цивилизации. – 2013. – № 4. – С. 73–88.
4. Хабдулина, М. К. Геннадий Борисович Зданович (1938–2020) / М. К. Хабдулина, К. М. Карабаспакова, Э. Р. Усманова, В. В. Варфоломеев // Археология Казахстана. – 2020. – № 4 (10). – С. 138–143. – DOI 10.52967/akz2020.4.10.138.143.
5. Kristiansen K., Kroonen G., Willerslev E. (ed.). The Indo-European Puzzle Revisited: Integrating Archaeology, Genetics, and Linguistics. – Cambridge University Press, 2023.

А. В. ЗОРИНАКазанский (Приволжский) федеральный университет
(Казань, Россия)**СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ ЛЕКСИЧЕСКОЙ КОГЕЗИИ
В ТУРИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ****MEANS OF LEXICAL COHESION IN TOURISM DISCOURSE****Аннотация**

Данная статья посвящена изучению и описанию средств реализации лексической когезии в туристическом дискурсе на примере англоязычных туристических онлайн-брошюр *Best of Touring – Autumn/Winter 2022*, *Best of Touring – Spring/Summer 2024* и *The Best of Cruise*. В результате анализа 172 рекламных текстов были выявлены такие лексические средства когезии, как лексические повторы; внутритекстовые синонимы; проминализация (местоименная замена); однокоренные слова; слова, принадлежащие одной лексико-семантической группе; дискурсивные маркеры; двухкомпонентные коллокации. В результате проведенного лингвистического исследования было установлено, что использованные в рекламных текстах туристического дискурса языковые элементы призваны обеспечить языковое разнообразие; смысловую связность текста как в рамках одного предложения, так и между отдельными предложениями и абзацами текста; маркирование структуры текста; выделение таких видов связи, как детализация, вывод, контраст и т.д.

Abstract

The article is devoted to the study and description of means of lexical cohesion in tourism discourse by way of example of the tourist online brochures *Best of Touring – Autumn/Winter 2022*, *Best of Touring – Spring/Summer 2024* and *The Best of Cruise*. As a result of the analysis of 98 advertising texts, such lexical means of cohesion were identified as lexical repetitions; intratext synonyms; prominalization (pronoun replacement); cognates; words belonging to the same lexical-semantic group; discourse markers; two-component collocations. As a result of the linguistic research, it was found that the linguistic elements used in advertising texts of tourism discourse are intended to ensure linguistic diversity; semantic coherence of the text both within one sentence and between individual sentences and paragraphs of the text; marking the text structure; highlighting such types of communication as detail, inference, contrast, etc.

Ключевые слова: когерентность, когезия, лексическая когезия, дискурс, туристический дискурс, дискурсивные маркеры, коллокации.

Keywords: coherence, cohesion, lexical cohesion, discourse, tourism discourse, discourse markers, collocations.

Актуальность темы исследования обусловлена возрастающим интересом лингвистов к проблемам туристического дискурса. Вслед за отечественными учеными под дискурсом мы понимаем связный текст, предстающий перед реципиентом «в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие» [Арутюнова, 1990, с. 136]. Помимо таких признаков, как текстуальность, ситуативность и информативность дискурсу присущи когерентность и когезия [Макаров, 2003].

Под когерентностью понимается «цельность текста, заключающаяся в логико-семантической соотнесенности и взаимосвязи входящих в него предложений, как смысловая связь предложений» [Казаченко, 2009, с. 89]. Когезия представляет собой линейную вну-

тренную организацию текста посредством различных средств языка [Казаченко, 2009]. Когерентность выступает в качестве свойства текста, в то время как когезия – в качестве свойства его элементов [Милевская, 2003]. Когезия, являясь формальной связностью текста, обеспечивает целостность дискурса. Когезия возникает в том случае, когда эффективность трактовки одних элементов зависит от трактовки других элементов, что в результате обеспечивает реализацию коммуникативных задач адресантов [Величко, 2016].

В своем исследовании М. А. К. Хэллидей и Р. Хасан выделяют различные виды когезии, в том числе и лексическую когезию, которая достигается в результате повтора лексических единиц в тексте: посредством повтора одного и того же слова или его лексического эквивалента, повтора родового понятия, коллокации и т. д. [Halliday, 1976]. В тематических текстах важная роль в реализации когезии принадлежит специальной лексике, в частности терминологической.

Целью данной статьи является рассмотрение языковых средств реализации лексической когезии на примере туристического дискурса. Отметим, что, являясь самостоятельным видом дискурса, туристический дискурс имеет черты рекламного дискурса, поскольку, как и рекламный дискурс, он нацелен на привлечение внимания и создание ожидаемой положительной реакции у реципиента. Как рекламный, так и туристический дискурс имеют своей целью воздействие на адресата с тем, чтобы вызвать у него желаемое отношение к рекламируемому продукту [Попова, 2002].

В качестве источника фактического материала выступили 172 рекламных текста англоязычных туристических онлайн-брошюр *Best of Touring – Autumn/Winter 2022*, *Best of Touring – Spring/Summer 2024* и *The Best of Cruise*. Основными методами исследования средств реализации лексической когезии в туристическом дискурсе являются: метод сплошной выборки для сбора и анализа материала исследования и дескриптивный метод, имеющий своей целью интерпретацию фактического материала.

В ходе анализа материала исследования были выделены следующие формы связи между отдельными частями текста: лексические повторы; внутритекстовые синонимы; проминализация (местоименная замена); однокоренные слова; слова, принадлежащие одной лексико-семантической группе; дискурсивные маркеры; двухкомпонентные коллокации.

1. Лексические повторы: 1) *Celebrity Edge changes everything. **The way you** experience the world; **the way you** connect with the ocean; **the way you** play, dine and unwind at sea* [The Best of Cruise]. 2) *You don't need to travel vast oceans to experience the joys of touring, thanks to our Close to Home **Tours**. We've also brought back our **Tours** under £1,000, but don't let the price fool you; these **tours** pack a punch and will have you out exploring in no time. Get ready to tantalize your tastebuds with our Food **Tours**, which tell a story and bring people together in a way like no other* [Best of Touring – Spring/Summer, 2024]. 3) *<...> **explore** Osaka Castle, cruise along the Yodogawa River and stroll through vibrant Dotonbori where you can sample local delicacies. **Take the bullet train** to Okayama and **visit** Korakuen Garden. <...> **Take the bullet train** to Kyoto where you'll **visit** the Golden Pavilion <...> **Enjoy** a boat trip on Lake Ashi before venturing up the Komagatake Ropeway for spectacular views of Mount Fuji. **Explore** the ancient Buddhist Sensoji Temple and **enjoy** a dinner cruise on Tokyo Bay* [Best of Touring – Spring/Summer 2024]. 4) *Enjoy an included excursion over to Rovinj. Once there, <...> join an optional guided walking tour to introduce you to the **sights** of this beautiful town <...> Explore the Old Town seeing the main **sights** which include the 6th century Basilica and the old Roman ruins <...>* [Best of Touring – Autumn/Winter 2022]. Лексические повторы способствуют установлению связности как в рамках отдельного предложения (Пример 1), так и между предложениями (Пример 2), и абзацами (Примеры 3 и 4).

2. Внутритекстовые синонимы: 1) *Firstly, we've included our iconic Grand Tours, hand-selected and packed with unforgettable experience from around the **globe**, and our Rail & Road Journeys, offering a unique front-row seat to the greatest beaten paths on the **planet**. <...> and of course not forgetting our Solo Traveller tours, for those ready to take the leap and discover not only wonders of the **world**, but parts of themselves* [Best of Touring – Spring/Summer 2024]. 2) *From solo **travels** to safaris, rail **journeys** to epic road **trips**, grand adventures to **journeys** closer to home – our range of **tours** are endless and constantly evolving* [Best of Touring – Spring/Summer 2024]. 3) *At Bohinj, there is time for a boat ride and cable car ride to the **summit** of Mt. Vogel. Enjoy lunch at the **top*** [Best of Touring – Autumn/Winter 2022]. Использование внутритекстовых синонимов имеет своей целью обеспечение языкового разнообразия, сохраняя при этом смысловую связанность текста.

3. Проминализация (местоименная замена): 1) *Royal Caribbean know **family holidays** – **they**'ve even won awards for **it** – so **they** know how to make every moment of family time extraordinary* [The Best of Cruise]. 2) *Italians are famous for both their love of food and for how precise and discerning **they** can be with how their recipes should be served* [Best of Touring – Autumn/Winter, 2022]. Использование. Отметим, что в рассматриваемых текстах замена лексических единиц местоимениями встречается крайне редко. Данное лексическое средство используется с целью избежать тавтологии в тексте.

4. Однокоренные слова, выраженные одной или разными частями речи, имеющие один и тот же корень: 1) *Explore the beautiful Montecassino Abbey in the morning, followed by a guided walking tour through the **volcanic** ruins of Pompeii. <...> Enjoy a day at leisure or see Europe's highest **volcano** on an optional excursion* [Best of Touring – Autumn/Winter 2022]. 2) *If you love modern **luxury**, outstanding service and a choice of inspirational global destinations to explore, a Celebrity cruise will be your perfect holiday. <...> The award-winning ships in the 13-strong fleet are equipped with high quality facilities and exude **luxurious** design* [The Best of Cruise]. 3) *By design, **touring** often involves visiting the top **tourist** sights. But it's not all about sightseeing. Many **tours** offer unique experiences to immerse yourself in the local culture, such as cooking classes, wine tastings, visits to local markets and homestays* [Best of Touring – Spring/Summer 2024]. Использование однокоренных слов в туристическом дискурсе объясняется необходимостью развития темы и акцентирования внимания читателя на рекламируемых объектах.

5. Слова одной лексико-семантической группы, выраженные одной частью речи: 1) *The award-winning **ships** in the 13-strong **fleet** are equipped with high quality facilities and exude **luxurious** design. <...> The first difference you may notice is the surprising amount of space on **board**: from broad open **decks** to beautiful atriums. <...> Your choice of three exceptional **ships**, <...> each is a world unto herself. <...> It's a combination of courtesy and confidence that shows you're in the hands of the most professional **crew*** [The Best of Cruise]. 2) *From excursions to mouth-watering **meals** on board; specially-selected **wines** and **beers** with **lunch** and **dinner** to free **tea**, **coffee** and Wi-Fi, Viking has everything covered* [The Best of Cruise]. 3) *Travel to the idyllic coastal **town** of Nilaveli, through Vavuniya and Horowpothana. Visit a school in a local **village** and participate in a community program, planting trees* [Best of Touring – Spring/Summer 2024]. Использование слов, выраженных одной частью речи, имеющих общий основной компонент значения и принадлежащих одной лексико-семантической группе, обеспечивает связность всего текста.

6. Дискурсивные маркеры: 1) *These are the moments Where Extraordinary Happens. **So**, whether you're a lounge lizard or an adrenalin junkie, their cruise holidays can cater to everyone's idea of extraordinary* [The Best of Cruise]. 2) *There's the option to visit Machu Picchu again in the morning. **Then**, travel to Cusco by train and bus* [Best of Touring – Autumn/Winter 2022]. 3) *Join your guide for an introductory tour. <...> **Also** visit San*

Pedro market and journey out into the surrounding hills to take in the ruins at the Inca sites at Sacsayhuaman, Puca Pucara, and Tambomachay [Best of Touring – Autumn/Winter 2022]. 4) *If you're travelling solo, it's understandable to worry about feeling like the odd one out on a tour. However, group tours are a fantastic way to meet new people and form lasting friendships* [Best of Touring – Spring/Summer 2024]. Дискурсивные маркеры представляют собой речевые единицы, которые обеспечивают установление связей между несмежными дискурсивными отрезками. Использование дискурсивных маркеров в туристическом дискурсе имеет своей целью маркирование структуры текста, предъявляемого реципиенту. Их роль заключается в детализации информации, создании контрастов и представлении выводов [Fraser, 2006].

7. Коллокации, состоящие из двух компонентов и образующие семантическую связь в дискурсе. В рассматриваемых текстах были выявлены двухкомпонентные коллокации – *sightseeing tour, guided tour, drive tour, single tour, grand tour, hiking tour, rail journey, group journey, river cruise, boat cruise, family cruise, cruise holiday, family holiday, touring holiday, package holiday, hiking holiday, fly-cruise holiday*: 1) *Late morning, enjoy a sightseeing tour of Reykjavik situated around its natural of harbor on a fjord* [Best of Touring – Autumn/Winter 2022]. 2) *New to the edition is an exciting focus on rail journeys, which offer a leisurely and comfortable way to see a destination, including iconic journeys on the Rocky Mountaineer and the Himalayan 'Toy Train'* [Best of Touring – Autumn/Winter 2022]. 3) *Family cruises are available worldwide, although Mediterranean cruises are an ideal choice due to short flight times from the UK* [The Best of Cruise]. 4) *Inspiring touring holidays don't have to blow the budget* [Best of Touring – Spring/Summer 2024]. Использование коллокаций способствует реализации связности дискурса, обеспечивает удачную передачу информации и облегчает ее интерпретацию.

Таким образом, рассмотренные средства лексической когезии в туристическом дискурсе (лексические повторы, внутритекстовые синонимы, местоименная замена, однокоренные слова, слова, принадлежащие одной лексико-семантической группе, дискурсивные маркеры, коллокации) придают тексту структурированность, способствуют его связности и облегчают его интерпретацию. Лексические средства когезии обеспечивают доступность текста для читателя, привлекают внимание к определенным фрагментам, вызывают эмоции и ассоциации.

Список литературы

1. Арутюнова, Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – М. : Советская энциклопедия, 1990. – С. 136-137.
2. Величко, М. А. Когезия и когерентность: особенности разграничения и определения понятий // Вестник АГУ. – 2016. – Вып. 2 (177). – С. 39-43.
3. Казаченко, О. В. Когерентность и когезия текста // Альманах современной науки и образования, Тамбов : Грамота, 2009. – № 8 (27) : в 2-х ч. Ч. II. – С. 88-90.
4. Макаров, М. Л. Основы теории дискурса. – М.: Гнозис, 2003. – 280 с.
5. Милевская, Т. В. Связность как категория дискурса и текста (когнитивно-функциональный и коммуникативно-прагматический аспекты) : дис. ... д-ра филол. наук : / Татьяна Валентиновна Милевская. – Ростов-на-Дону : Изд-во РГУ, 2003. – 390 с.
6. Попова, Е. С. Структура манипулятивного воздействия в рекламном тексте // Известия Уральского государственного университета. – 2002. – № 24. – С. 276-288.
7. Fraser, B. Towards a Theory of Discourse Markers / B. Fraser / in K. Fisher (ed.). Approaches to Discourse Particles. – Amsterdam : Elsevier, 2006. – P. 189-204.
8. Best of Touring – Autumn/Winter 2022. – URL : <https://online.flippingbook.com/view/1051075390/7/> (дата обращения: 17.07.2024).

9. Best of Touring – Spring/Summer 2024. – URL : <https://online.flippingbook.com/view/404790513/4/> (дата обращения: 17.07.2024).

10. Halliday, M. A.K., Hasan, R. Cohesion in English / M. A.K. Halliday, R. Hasan. – London : Longman, 1976. – 374 p.

11. The Best of Cruise – Текст : электронный. – URL : <https://online.flippingbook.com/view/329968/4/> (дата обращения: 17.07.2024).

Е. Р. КАЗАКОВА

Челябинский государственный университет
(Челябинск, Россия)

ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ МЕТАФОРЫ НА ПРИМЕРЕ ТЕКСТОВ ВЫСТУПЛЕНИЙ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ЛДПР

FEATURES OF RUSSIAN POLITICAL METAPHOR ON THE EXAMPLE OF THE TEXTS OF SPEECHES BY REPRESENTATIVES OF THE LIBERAL DEMOCRATIC PARTY

Аннотация

В статье приведён анализ метафорических высказываний на материале текстов выступлений представителей ЛДПР. Автором выделены доминанты метафорических моделей, а также сформулированы основные особенности политической метафоры: использование метафор в политической коммуникации напрямую зависит от целей говорящего; популярный метафорический концепт – «игра»; политическая метафора непосредственно влияет на создание особого медиаобраза, а также с помощью неё осуществляется процесс вербализации политических идеологий. В качестве материала использовались тексты выступлений политических деятелей Государственной Думы Российской Федерации – В. В. Жириновского, С. В. Иванова (ЛДПР).

Abstract

The article provides an analysis of metaphorical statements based on the texts of speeches by representatives of the LDPR faction (Liberal Democratic Party of Russia). The author identifies the dominant metaphorical models, and also formulates the main features of political metaphor: the use of metaphors in political communication directly depends on the goals of the speaker; the popular metaphorical concept is “game”; political metaphor directly affects the creation of a special media image, and also the process of verbalization of political ideologies is carried out with its help. The texts of speeches by political figures of the State Duma of the Russian Federation – Mr V. Zhirinovsky, Mr V. Ivanov.

Ключевые слова: *политическая метафорология, метафорическое моделирование, политический дискурс, пленарные заседания Государственной Думы, политические фракции, медиадискурс.*

Keywords: *political metaphorology, metaphorical modeling, political discourse, plenary sessions of the State Duma, political factions, media discourse.*

Введение. Политическая метафора – новое явление, возникшее в зарубежной метафорологии в 60-е годы 20 века, в отечественной приобрела популярность к 90-м годам 20 столетия, что было обусловлено историко-политическими процессами. Политическая жизнь, общественные условия стали более свободными: лидеры стран изменили языковые стратегии – включили в речь тропы, образные высказывания, что позволило лингвистам обратить внимание на нестандартные обороты, установить концептуальные доминанты, определить восприятие политиками действительности, так как метафора в любой из общественных сфер всегда остается отражением субъективного познания окружающего мира.

Выдающимися исследователями в области изучения политической лингвистики, в том числе политической метафоры являются учёные Э. В. Будаев, А. Н. Баранов, А. П. Чудинов. Вслед за ними мы используем подход дискурс-анализа, при котором для определения политической метафорической картины учитываются не только языковые средства, речевой портрет представителей партии, но и экстралингвистические факторы, такие как общественная обстановка, экономико-политическая ситуация, характер и личность политических деятелей.

Особенности политической метафоры на примере текстов выступлений В. В. Жириновского. Владимир Вольфович Жириновский (основатель и бывший руководитель фракции ЛДПР) – нестандартная политическая личность. Его медиаобраз привлекает внимание журналистов, политиков, историков, лингвистов: немало статей было опубликовано после того, как политик пришёл в здание Государственной Думы в военном костюме или приехал на встречу партии на тройке лошадей. Вторая особенность – нешаблонная, исключительная речь с разнообразными языковыми особенностями. О его личности сочиняют мифы и легенды, для общества он является культовым героем, а журналисты до сих пор публикуют статьи с громкими заголовками: «Жириновский вновь предсказал будущее» [Комсомольская правда, 23.05.2023 г.], «Пророк в своём Отечестве: предсказания Жириновского. Человек и закон» [Первый канал, 12.05.2023 г.].

Для содержательного анализа метафор обратимся к работе А. П. Чудинова «Очерки по современной политической метафорологии», в которой исследователь даёт классификацию основных видов русской политической метафоры [Чудинов, 2013, с. 35–36]. С помощью типологии возможно определить популярность метафорических моделей в речи В. В. Жириновского. Однако не все метафорические выражения могут подходить под один вид:

1. Антропоморфная метафора, связанная с такими концептами, как «анатомия», «физиология», «здоровье человека». Подобных примеров в речи В. В. Жириновского много:

— Обращение к Михаилу Владимировичу Мишустину: «Вы же врач: вся страна больная, так вы ей скажите, что, может быть, вылечим, может быть, поможем», болезнь страны, о которой говорит Жириновский – нищета – неизлечимый, постоянный недуг страны, вылечить его можно с помощью активной деятельности структур российской политики [Выступление Жириновского, 16.01.2020 г.].

— ««Справедливая Россия» бегаёт с тремя партиями-инвалидами...», образ инвалида — немощность, слабость, «бег с партиями» – работа фракций перед выборами депутатов [там же, 12.05.2021 г.].

— «Всё, что предлагаете вы, – это мёртвому припарки», припарка – простая лечебная процедура, состоящая из наложения повязки, смоченной горячей водой на голову пациента, то есть действие, не имеющее сложных усилий и нестандартных препаратов, в контексте обсуждения, Владимир Вольфович подразумевал под припаркой индексацию пенсии, то есть увеличение размера пенсии, но в условиях резкой повышенной инфляции

данное изменение ни к чему не приведёт, поэтому, можно утверждать, что эти два действия объединяет простота и минимальная польза; к тому же, Жириновский добавляет «мертвому припарка»: отсюда вопрос – зачем мёртвому процедура, если он уже умер, этим оксюмороном политик подчеркивает бесполезность законопроекта, внесенного «Справедливой Россией» [там же, 18.01.2022 г.].

— «До сих пор не умеют вскрывать причину! Вы должны быть все патологоанатомами политическими и социальными...», где политики – патологоанатомы, которые должны «вскрывать причины», то есть исследовать факторы социальных проблем с целью вылечить их [там же, 19.10.2021 г.].

2. Природоморфная метафора – отражение действительности живого и неживого мира:

— «ЛДПР идёт своим путём, посередине, там, где вы идти не можете, вы по краям – влево и влево, а в центре – болото – застой, у вас брежневский вариант», болото – тягучая местность в лесу, характеризующаяся застоем воды из-за почвы, «застой» – исторический период развития СССР «брежневский вариант», политическая стагнация [там же, 12.05.2021 г.].

— «Радует, что в декабре 2021 года мы почувствовали запах Русской весны», наступающая дипломатия сопоставляется с запахом «Русской весны» – как знаком свободы, обновления, того, что ещё не успело наступить, но постепенно появляется, и общество это ощущает за счёт способности обоняния: данное метафорическое выражение можно отнести к первой и второй разновидностям политической метафоры [там же, 22.12.2021 г.].

— «Хорошая губерния – видишь, сидит волкодав в губернском доме и вся область боится, и мы хвалимся: «Да зачем переизбирать?»», образ волкодава сопоставляется с образом губернатора, который по такому же принципу, как отмечает Жириновский, подавляет права населения, как волкодавы, то есть огромные собаки, которые охотятся за волками [там же, 09.11.2021 г.].

3. Социоморфная метафора – взаимодействие человека с разными сферами общества – политикой, экономикой, образованием, игрой, армией, войной. Данные метафорические высказывания частотны в речи В. В. Жириновского:

— «Ответил председатель правительства, всё – нет, хлопают, понимаете ли. Кто-то вам команды даёт, да?», «команды даёт» фракциям представитель правительства как командир подразделения, сопоставление с военной сферой [там же, 16.01.2020 г.].

— «Вот сейчас в послании расширяются полномочия – хорошо, а кто их будет реализовывать? Кто, опять партия большинства? А остальные партии – декорация», партии – декорации, а вся Государственная Дума, по мнению Жириновского, театр [там же, 16.01.2020 г.].

— «Здесь сидят плечом к плечу, и в фойе все друг к другу пытаются прикоснуться <...> Ну детский сад! Не виделись, вернулись, так сказать, с летнего отдыха и всё никак не могут насытиться», поведение политических деятелей в период пандемии Владимир Вольфович сопоставляет с поведением детей в детском саду, то есть представители Государственной Думы на пленарных заседаниях нарушают порядок проведения, дистанцию, не используют маски, перчатки, то есть ведут себя безответственно [там же, 12.05.2021 г.].

— «Ну вот если команды «Спартак» и «Зенит» выйдут играть и «Спартаку» скажут, мол, голы не забивайте, «Зенит» должен выиграть – что получится?», где Зенит – «Единая Россия», а «Спартак» – остальные фракции, разрешено забивать, то есть утверждать законопроекты, действовать самостоятельно, исключая взаимодействие с другими партиями можно только «Единой России» [там же, 12.05.2021 г.].

Популярная политическая метафора, которую отмечают многие исследователи, – «политика – театр». Концепт детского сада схож по семантике с театром (театр юного

зрителя) – их объединяет принцип игры, развлекательности, но есть различия: первое — дети в саду не репетируют поведение, не играют роль, а существуют, искренне проявляя эмоции и совершая действия, в отличие от актёров, которые намеренно играют чувства для показа зрителям; второе – в театре смотрит публика, в детском саду никто, кроме воспитателей, не следит за детьми. Исходя из этого, метафора «политика страны — детский сад» появляется в речи Жириновского, когда он разоблачает поведение политиков вне пленарных заседаний, которое не зафиксировано в прямом эфире, а метафора «политика страны – театр», то есть показное шоу, в котором политики работают (играют в роль как актеры), используется Жириновским в качестве объяснения фиктивности, фальшивости работы политиков на пленарных заседаниях, записанных на прямой эфир.

Особенности политической метафоры на примере текстов выступлений С. В. Иванова. Сергей Владимирович Иванов – бывший представитель партии ЛДПР. Если поделить метафоры Сергея Владимировича, используемые в течение года, на условные группы по плану выражения, то обнаружим, что превалирующее большинство — это глагольные метафоры, на втором месте – субстантивные. Можно предположить, что первый тип менее выражен, если за яркий субстантивный образ слух цепляется, то определить переносное значение глагола бывает труднее в силу универсальности, привычности форм некоторых метафор.

— «Рынок рекламы просел», «у нас всегда плавающая, так скажем, цифра, объём средств», где причастие, образованное от глагола плавать, употреблено в переносном значении – изменяться или колебаться в численных показателях [Выступление Иванова, 09.06.2021 г.].

— «...могучей России, которая угрожает всем кому ни попадя ядерным оружием, бряцая когда надо и когда не надо...», деепричастие, образованное от глагола бряцать, то есть говорить, разглашать информацию [там же, 18.05.2021 г.].

— «Посыпалась куча поправок» – овеществление абстрактного понятия через глагол-действие [там же, 18.05.2021 г.].

— «Вы сейчас эту ненависть опять загоняете, и она потом выплеснется» – ненависть как вещь, которую постоянным использованием можно довести до крайнего состояния, что перейдет в бурное излияние, всплеск [там же, 18.05.2021 г.].

Субстантивные метафоры: «...то, что сказал депутат Выборный, относилось к законопроекту, рассмотренному в первом чтении, а дальше, как обычно, произошли метаморфозы», где акцент смещается на последнее слово, потому что в прямом значении — это процесс внешнего изменения, относящийся к растениям или животным в период онтогенеза, то в данном контексте слово приобретает новое значение – трансформация, изменения политических взглядов у человека [там же, 16.06.2021 г.].

— «Данная территория, сейчас громко называемая особой, сделана под эгидой того, что надо воспитывать талантливых детей в области искусства», эгида – мифологический образ, щит Зевса, в данном контексте – поддержка, покровительство [там же, 18.05.2021 г.]. Несмотря на небольшое количество субстантивных метафор в речи Иванова, они более запоминающиеся, так как обладают нестандартными вторыми языковыми компонентами при сопоставлении, за счёт этого метафорическое высказывание становится более сложным.

Выводы. Таким образом, мы можем прийти к выводу, что использование метафор на пленарных заседаниях представителями политической партии ЛДПР нередкое явление. Если сопоставить по количеству использования метафорических высказываний с другими партиями, то окажется, что только ЛДПР обладает потенциалом реализовывать яркие,

запоминающиеся метафорические модели. Первая особенность – наиболее популярна модель, связанная с концептами «театр», «игра», «война», так как человек постоянно взаимодействует с институтами общества и определяет свою роль в мировом контексте. Вторая особенность – политическая метафора позволяет выразить отношение к действительности: представители партии ЛДПР стремятся обособиться от других партий, поэтому за счёт метафор формируют модель «мы знаем и понимаем, мы взрослые – вы не понимаете, вы дети», тем самым ставя себя и свои идеи выше. Третья особенность – реализуется функция манипуляции с использованием метафоры посредством собирания цельного речевого образа политика, где вербальные и невербальные средства коммуникации, усиливаясь изобразительно-выразительными компонентами, позволяют достичь желаемых результатов при воздействии на публику. Четвёртая особенность – происходит процесс вербализации политических идеологий, которые закрепляются (как символы) в сознании народа, что позволяет пропагандировать важные политические концепции. Также мы можем отметить, что влияние создателя и первого руководителя либерально-демократической партии выражено не только в идеологическом плане, но и в языковом: последователи Жириновского, в том числе С. Иванов, Л. Слуцкий, А. Диденко, Я. Нилов и другие нередко используют в докладах метафоры с главной целью – воздействовать.

Список литературы

1. Баранов, А. Н. Русская политическая метафора / А. Н. Баранов, Ю. Н. Караулов. – М.: Институт русского языка Российской академии наук, 1991. – 193 с.
2. Будаев, Э. В. Метафора в политической коммуникации / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 247 с.
3. Выступления Владимира Вольфовича Жириновского: сайт. – URL: <http://duma.gov.ru/duma/persons/99100142/> (дата обращения: 03.05.2024).
4. Выступления Сергея Владимировича Иванова: сайт. – URL: <http://duma.gov.ru/duma/persons/99100522/> (дата обращения: 03.05.2024).
5. Комсомольская правда. Жириновский вновь предсказал будущее: сайт. – URL: https://dzen.ru/a/Zk8MPk5Cpx86e_jb (дата обращения: 03.03.2024).
6. Первый канал. Пророк в своём отечестве: предсказания Жириновского: сайт. – URL: <https://www.1tv.ru/shows/chelovek-i-zakon/syuzhety/prorok-v-svoem-otechestve-predskazaniya-zhirinovskogo-chelovek-i-zakon-fragment-vypuska-ot-12-05-2023> (дата обращения: 03.03.2024).
7. Чудинов, А. П. Очерки по современной политической метафорологии: монография / А. П. Чудинов. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2013. – 176 с.
8. Чудинов, А. П. Политическая лингвистика: учеб. пособие / А. П. Чудинов. – М.: Флинта, 2006. – 256 с.

Р. Х. КАРИМОВАУфимский университет науки и технологий
(Стерлитамак, Россия)**СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ****STRUCTURAL-SEMANTIC FEATURES
OF THE ECONOMIC WORDS IN GERMAN****Аннотация**

В статье на материале немецкого языка рассматриваются слова тематической группы «экономическая лексика». Материалом для исследования послужили лексические единицы, выявленные из электронных версий журнала Spiegel методом сплошной выборки из статей экономической тематики. Целью исследования является определение особенностей структуры и семантики слов названий тематической группы. В ходе исследования определены основные структурные типы сложных слов, определены частотные компоненты, определена продуктивность компонентов сложных слов, указаны источники происхождения заимствованных элементов. Рассмотренные лексемы распределены на тематические группы в соответствии с их семантикой. Результаты исследования могут использоваться на практических занятиях по лексикологии немецкого языка, при написании курсовых и выпускных квалификационных работ по германским языкам, а также в качестве иллюстрационного материала на лекциях по лексикологии немецкого языка на соответствующих направлениях подготовки.

Abstract

The article examines the words of the thematic group “economic vocabulary” based on the material of the German language. The material for the study was the lexical units identified from the electronic versions of the Spiegel magazine by the method of continuous sampling from articles on economic topics. The purpose of the study is to determine the features of the structure and semantics of the words of the names of the thematic group. In the course of the study, the main structural types of complex words were identified, frequency components were determined, The productivity of the components of compound words is determined, the sources of origin of borrowed elements are indicated. The considered lexemes are divided into thematic groups according to their semantics. The results of the research can be used in practical classes on the lexicology of the German language, when writing term papers and final qualifying papers on German languages, as well as as illustrative material in lectures on the lexicology of the German language in the relevant areas of training.

Ключевые слова: лексема, сложное слово, компонент, структура, семантика, структурный тип, тематическая группа, экономическая лексика

Keywords: lexeme, compound word, component, structure, semantics, structural type, thematic group, economic vocabulary

Актуальность исследования обусловлена интенсивным развитием технического прогресса, который приводит к стремительному росту лексических единиц, относящихся к сфере экономики. Цель нашего исследования: определение структурных и семантических особенностей экономической лексики в немецком языке. Материалом для исследования послужили лексемы, выявленные методом сплошной выборки из экономических разделов журнала Spiegel. Всего было отобрано 104 слова. Предметом исследования явля-

ются сложные слова, объектом исследования- структурно- семантические особенности названных слов.

Тео Шиппан отмечает: «Т.К. в процессе словообразования появляются новые словарные единицы, свойства и существенные черты которых являются предметом лексикологических исследований, словообразование считается основным способом расширения и пополнения словарного состава языка. Лексико- семантические классы устанавливаются благодаря словообразовательным элементам. Тем самым особенности словообразования тесно связаны с лексико-семантическими отношениями в словарном составе языка» [Шиппан, 1992,с.110].

Эйзенберг понимает под «сложным словом прежде всего образование новых слов путём сдвига или слияния нескольких свободно функционирующих слово в одно новое слово, напр.: Bildschirm, Hauptbahnhof» [Эйзенберг, 1998,с.432].

В немецком языке различают определительные и соединительные сложные слова. Наиболее частотными являются определительные сложные слова (Determinativkomposita). Приведём определение Буссмана: « сложное слов, в котором второй компонент (Determinatum) семантически определяется вторым компонентом (Determinans):Konferenzisch, Wetterkarte, engl.dance hall Второй компонент образует семантическое и морфо- синтаксическое ядро композита, которое определяет его соотнесенность к таким морфо-синтаксическим признакам как часть речи, род, тип склонения определительного сложного слова» [Буссманн, 20002,с.158]. Науманн относит определительные сложные слова к эндоцентричным конструкциям, поскольку они состоят из детерминанса и детерминанта[Науманн,2000,с.42].

Все отобранные для исследования слова были распределены на следующие тематические подгруппы:

1) пособия и способы оплаты труда(15слов),напр.:Bürgergeld, Stundenlohn, Mindestlohn, Nettolohn, Bruttostundenverdienst и др.,

2) финансовые показатели(6 слов). напр.:Präsenzindikator,Frühindikator, Inflationsrate,

3) названиязаконовидокументоввобластифинансовойдеятельности(5слов),напр.:die Mehrarbeit-Vereinbarung,das Jugendarbeitsschutzgesetz, das Berufsbildungsgesetz(BBiG), das allgemeine Gleichbehandlungsgesetz,

4) наименования рабочих(8 слов),напр.: Kurzarbeiter_ Teilzeitökonom, Sacharbeiter, Freiberufler, Volljuristin и др.,

5) обозначения лиц по из занятости и профессии(7 слов), напр.:Firmenkundenbetreuer, Fachinformatiker, Softwareentwickler, Pressesprecher, Webdesigner, Werkstudent;

6) названия банков (5 слов), напр.: Online-Bank, Digitalbank, US-Noternbank, KfW-Bank;

7) надбавки и премии(3слова), Solidaritätszuschlag, Vergütung, 56-Milliarden-dollar-Vergütungspaket(=Gehaltspaket);

8) виды налогов :Kirchensteuer, Einkommensteuer;

9) названия процессов в сфере финансовой деятельности(7 слов):Lohnminderung,S onderzahlung, Bonuszahlung,Gehaltzuwachs,Zinssenkung,Zusatzzahlung,Wettbewerbsverbot;

10) обозначения отрезков рабочего времени(4 слова),ср.:Probezeit, Überstunde, die-40-Stunden-Woche, Wochenarbeitszeit;

11)виды деятельности и форматы :Nebentätigkeit, Mehrarbeit;

12)финансовые термины(8 слов),ср.:Hochzinspolitik, Vorjahresvergleich, Zweijahreshoch, Projektakquise, Abmahnung, Abwerbung, Gender Pay Gap (=Verdienstabstand),Inländerkonzept.

Изучение структуры сложных слов позволяет выделить следующие структурные типы композитов:

1) существительное+существительное(52 слова), т.е. 50% от общего количества слов, приведём примеры: Weihnachtsgeld, Teilzeitkräfte, Unterlassungserklärung, Fachinformatiker;

2) прилагательное+существительное(10 слов), 9,6% от общего количества слов, напр.: Sozialgeld, Frühindikator, Freiberufler, Zweijahreshoch и др.;

3) наречие+существительное(6 слов), 5,7% от общего количества слов, напр.: Mindestlohn, Nettolohn, Bruttoeinstiegsgehalt;

4) предлог+существительное(2 слова): Überstunde, Nebentätigkeit,

5) аббревиатура+ немецкая основа(7 слов), т.е. 6,7% от общего числа слов, напр.: NIM-Experte, IWF-Mission, US-Notenbank. Bafa- Leiter;

6) сращения(Zusammenbildungen)(11 слов), ср.: Softwareentwickler, Lohnwuchser, Pressesprecher, Batteriespeicher и др.;

7) сложные слова с заимствованным элементом(8 слов), т.е. 17% от общего количества слов, напр.: Wirtschaftslobby, Jobinterview, Webdesigner, Homeoffice, Digitalbank, Chef;konom и др.;

8) слова-фразы (Zusammenrückungen)(1 слово), das 56-Milliarden-Dollar-Vergütungspaket\$

9) словосочетания(2 слова), ср.: das allgemeine Gleichbehandlungsgesetz(ФПП), Visual Merchandiser/

Кроме сложных слов, в составе отобранной для анализа слов встречаются 6 производных слов, ср.: Abmahnung, Vergütung, Abwerbung, Texter, Anschaffung, Tertialisierung. Под словом Abmahnung понимается «письменное указание на то, что что-то конкретное в рабочих отношениях не складывается»[URL:https://www.dwds.de/wb/Abmahnung].

Под словом Vergütung понимается «1. возмещение убытков, оплата, вознаграждение, 2. выплата (процентов по вкладам)»[Никифорова, 1993, с.411].

В современном немецком языке словообразование чётко прослеживается тенденция заимствованных элементов в составе сложных слов/ В нашем исследовании использование заимствованных элементов составляет 18 слов(т.е. 17% от общего количества слов, среди них два слова можно отнести к полным заимствованиям: Gender Pay Gap, Mobbing Green Washing.

Представим структурные типы сложных слов с заимствованным элементом в таблице(Табл.1).

Таблица 1

Структурные типы сложных слов с заимствованным элементом

Заимствованная основа+немецкая основа	Немецкая основа+заимствованная основа	Две заимствованные основы
Cheftyp -Entsufter	Wirtschaftslobby	Jobinterview
Compliance-Thema		Risikomanagement
Chefökonom		Recruting-teams
Jobabbau		Visual Merchandiser
Onlinebank		Homeoffice
Jobplattform		Webdesigner
Softwareentwickler		Back-to Office-Trend
Servicetechniker		Mobbing Green Washing

Некоторые заимствованные компоненты имеют длительный путь заимствования, начиная с латинского языка. Представим происхождение заимствованных элементов в таблице. (Табл.2).

Таблица 2

Происхождение заимствованных элементов

Заимствованный элемент	Происхождение заимствованного элемента
Präsenz	lat
Projekt	lat
Akquise	Lat-franz
Risiko	griech-lat-franz
Finanz	lat-franz
Job	engl
Chef	lat-franz
Team	engl
Gender	engl
Compliance	engl
digital	lat
online	engl
Lobby	engl
visual	lat-franz
web	engl
back	Schweiz-engl
Home	engl
Office	lat-franz-engl
Interview	lat-franz-engl
software	engl
design	lat-franz-engl
management	engl
Ökonom	griech-lat
Konzept	lat
Trend	spätlat
Karenz	spätlat

Как видно из таблицы 2, не все заимствованные элементы имеют английское происхождение (10 из 26).

Рассмотрим семантику некоторых компонентов. Одним из частотных компонентов является слово Geld. Данный компонент встречается в 8 словах тематической подгруппы «способы оплаты труда», напр.: Bürgergeld-1. staatliche Transferleistung sowie damit verbundene Maßnahmen für Erwerblosen, um deren Lebensunterhalt zu sichern [<https://www.dwds.de/wb/burgergeld/>], Bußgeld-/recht/Geldzahlung, die für einen begangene Ordnungswidrigkeit von einer Aufsichtsbehörde verhängt wird [<https://www.dwds.de/wb/bussgeld/>], Sozialgeld-in Deutschland staatliche Sozialleistung für erwerbsunfähige, aber noch nicht rentenberechtigte Person, die die Sicherstellung des Lebensunterhalts bzw. ein Mindesteinkommen garantiert [<https://www.wb/sozialgeld/>].

Как видно из перечисленных словарных статей сложных слов тематической группы «способы оплаты труда», значения слов с компонентом Geldo обозначают различные способы денежных компенсаций, осуществляемых государством, они относятся к стилистически нормативной лексике. Только одно слово Schmiergeld имеет стилистическую помету salopp abwertend (грубое, оценочное), т.к. обозначает взятку, с помощью которой подкупают представителя партии или предприятия [<https://www.dwds.de/wb/schmiergeld/>].

Словом Weihnachtsgeld обозначают сумму, которую работники получают в ноябре или декабре от работодателя в качестве признания их заслуг дополнительно к основной заработной плате, т.е. это тоже можно назвать мерой социальной защиты населения.....

Другим частотным компонентом тематической подгруппы «способы оплаты труда» являются слова Lohn и Gehalt соответственно (всего по одному слову с компонентами Einkommen и Verdienst). Все эти компоненты по семантике уже являются лексемами, обозначающими оплату труда: Lohn используется для обозначения оплаты труда рабочих, Gehalt- служащих, Einkommen- нейтральное обозначение доходов в целом, Verdienst- заработка.

Эти компоненты выступают в сложных словах в качестве детерминанса, т.е. первого компонента, детерминант (второй компонент) может содержать уточняющую информацию о виде заработка. Так, например, лексема Stundenlohn служит для обозначения почасовой оплаты, Nettolohn/Nettogehalt- обозначают «чистую» зарплату без вычета налогов и издержек. Словом Einstiegsgehalt обозначают сумму, выплачиваемую работнику при устройстве на работу в качестве аванса.

Под словом Lohnwucherer понимается эксплуатация рабочей силы, допустимой в рамках «Закона о труде». Кроме того, этим словом обозначают преступление, отраженное в «уголовном кодексе» (StGB) [<https://www.beratung.de/>].

Развитие рыночной экономики приводит к появлению в языке слов. Обозначающих различные финансовые показатели. К таковым в нашем материале относятся следующие лексемы: t Gender Pay Gap (этим словом обозначают разницу между зарплатой мужчин и женщин, немецкий эквивалент Verdienstsabstand, Frühindikator-1b.: ökonomische Kennziffer, deren Entwicklung ein hinweisender Charakter auf die allgemeine wirtschaftliche Entwicklung in der Zukunft zugeschrieben wird [<https://www.dwds.de/wb/frueindikator>], Konjunkturindikator-makroökonomische Kennzahl [<https://www.dwds.de/wb/konjunkturindikator/>], Präsenzindikator- индикатор явки на работу, Inflationsrate- коэффициент инфляции и др.

Современная экономическая ситуация способствовала появлению слова Werkstudent, обозначающего студента, подрабатывающего во время учёбы. Появляются слова, обозначающие новые профессии, ср.: Webdesigner, Pressesprecher, Firmenkundenbetreuer, Fachinformatiker, Softwareentwickler. Последнее слово является синонимом к существующему уже в языке названию профессии программиста Programmierer. Появление нового слова для обозначения программиста объясняется влиянием английского языка и активной ролью Великобритании на финансовом рынке Европы. В период пандемии появились слова, обозначающие режим работы в отрыве от офиса, ср.: Homeoffice. Возвращение к нормальному режиму и формату работы привело к появлению такого слова как: Back- To Office-Trend.

К новой лексике в области экономики следует отнести названия экономических законов, ср.: Gleichbehandlungsgesetz, Unterlassungserklärung. Wettbewerbsverbot,

Лексема Jugendarbeitsschutzgesetz является специфичной. поскольку обозначает комплекс мер по защите молодёжи Германии, заключающийся в предоставлении государством возможности получить образование или место работы выпускникам школ, которая разработана и действует в Германии с 2005 года.

Наличие в немецком языке таких слов как *Sonderzahlung*, *Zusatzzahlung*, *Bonuszahlung*, *Lohn-und Gehaltszuwachs* свидетельствует о дополнительных мерах по вознаграждению в оплате труда рабочих и служащих Германии. Существование в немецком языке наряду с лексемой *die 40-Stunden-Woche* слова *Wochenarbeitszeit* является подтверждением борьбы профсоюзов отдельных отраслей промышленности за снижение количества рабочих часов в неделю (отметим: *Wochenarbeitszeit* обозначает неделю продолжительностью 34,7 рабочих часа).

Всё вышесказанное позволяет нам сделать следующие выводы:

1. Выявлено, что словообразовательные модели экономической лексики в целом отражают современные тенденции в немецком словообразовании.
2. Исследование экономической лексики подтверждает отмечаемую многими исследователями особенность немецкого словообразования использовать в составе сложных слов заимствованные элементы (в основном из английского языка) и аббревиатуры.
3. В семантике экономической лексики отражена специфика развития экономики Германии.
4. Наиболее продуктивными структурными типами оказались двухкомпонентные композиты типа «существительное+существительное». Остальные структурные типы менее продуктивны.

Таким образом, исследование подтвердило основные тенденции в развитии немецкого словообразования.

Список литературы

1. Никифорова, А. С. Немецко- русский словарь по бизнес. – М.: Словари, 1993. – 494с.
2. Bußmann, H. Lexikon der Sprachwissenschaft / H. Bußmann. – Stuttgart. Kröner, 2002. – P.158.
3. Duden. Großes Fremdwörterbuch. – VEB Bibliographisches Institut Leipzig, 1980. – 824 p.
4. Eisenberg, P. Grundriss der deutschen Grammatik. Band 1: Das Wort. 3. durchgesehene Auflage / P. Eisenberg. – Stuttgart, 1998.- S.432.
5. Naumann. Einführung in die Wortbildungslehre des Deutschen. Herausgegeben von Gerd Fritz und Franc Hundsnurscher (germanistische Arbeitshefte 4). – Tübingen: Niemeyer, 2000. – P.42.
6. Schippan, Th. Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache / Th. Schippan. – Leipzig. Bibliographisches Institut, 1992. – P. 110.
7. Журнал Spiegel. 22.05.2024. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://www.spiegel.de/nachrichtenarchiv/artikel-22.05.2024.html> (дата обращения:22.05.2024)
8. Журнал Spiegel.Электронный ресурс. Режим доступа: <https://www.spiegel.de/nachrichtenarchiv/artikel-24.04.2024.html> (дата обращения:24.05.2024)
9. Журнал Spiegel.Электронный ресурс. Режим доступа: <https://www.spiegel.de/nachrichtenarchiv/artikel-29.05.2024.html>(дата обращения:29.05.2024)
10. Журнал Spiegel. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://www.spiegel.de/nachrichtenarchiv/artikel-13.06.2024.html>(дата обращения:13.06.2024)
11. Журнал Spiegel. Электронный ресурс. Режим <https://www.spiegel.de/nachrichtenarchiv/artikel-26.06.2024.html> (дата обращения:26.06.2024)
12. Bußgeld: Электронный ресурс. Режим доступа: URL: <https://www.dwds.de/wb/Bu%C3%9Fgeld> (дата обращения:22.07.2024)
13. Sozialgeld. Электронный ресурс. Режим доступа: URL://www.dwds.de/wb/sozialgeld (дата обращения:23.07.2024)

14. Schmiergeld: Электронный ресурс. Режим доступа: URL:<https://www.dwds.de/wb/schmiergeld> (дата обращения:23.07.2024)

15. Lohnwuchser: Электронный ресурс. Режим доступа: URL:<https://beratung.de> (дата обращения:24.07.2024)

16. Frühindikator: Электронный ресурс. Режим доступа: URL:<https://www.dwds.de/wb/Fr%C3%BChindikator> (дата обращения:25.07.2024)

17.Konjunkturindikator: Электронный ресурс. Режим доступа:URL/<https://www.dwds.de/wb/Konjunkturindikator> (дата обращения:25.07.2024)

М. П. КОТЮРОВА, С. О. МАКАРОВ

Пермский государственный национальный
исследовательский университет
(Пермь, Россия)

НАУЧНЫЙ ТЕКСТ В ИСПОЛНЕНИИ ЕСТЕСТВЕННОГО И ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

SCIENTIFIC TEXT IN THE PERFORMANCE OF NATURAL AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Аннотация

В статье выдвигается и подтверждается гипотеза о возможности применения функционально-стилистического анализа текстов с целью определения статуса автора, соотносимого с носителем естественного либо искусственного интеллекта, создавшего научный текст. Предварительные итоги анализа материала дают основания считать, что разработанный и развиваемый в пределах Пермской лингвистической школы проф. М.Н. Кожинной функционально-стилистический подход к тексту может служить основанием для экспертной оценки автора научного текста или его фрагмента как носителя естественного или искусственного интеллекта.

Abstract

The article puts forward and confirms the hypothesis about the possibility of using functional and stylistic analysis of texts in order to determine the status of the author, correlated with the carrier of natural or artificial intelligence that created the scientific text. Preliminary results of the analysis of the material give reason to believe that the functional and stylistic approach to the text developed and developed within the Perm Linguistic School by Prof. M.N.Kozhina can serve as a basis for an expert assessment of the author of a scientific text or its fragment as a carrier of natural or artificial intelligence.

Ключевые слова: научный текст, функционально-стилистический подход, естественный интеллект, искусственный интеллект, эталонный научный текст, эпистемическая ситуация, наложение моделей на текст.

Keywords: scientific text, functional and stylistic approach, natural intelligence, artificial intelligence, reference scientific text, epistemic situation, superimposition of models on the text.

Текст – беспредельно открытая для создания сущность, изучение которой постоянно находится «в процессе». Динамика обусловлена различными экстралингвистическими факторами: прежде всего субъектом (создателем) текста, текстообразующей деятельностью субъекта благодаря присущему, значит, естественному для автора интеллекту (ЕИ). Созидательная сила естественного интеллекта обеспечила формирование новой сущности – робота, обладающего искусственным интеллектом (ИИ). Робот активно овладевает разными функциями, в частности, текстообразующей, совсем недавно доступной лишь естественному интеллекту. Перед пользователями, а также, в свою очередь, перед исследователями текста возникают как теоретические, так и практические вопросы.

Целью данной статьи является стремление очертить контуры некоторых представлений о возможностях определения статуса автора, соотносимого с бесспорным наличием нового экстралингвистического фактора – носителя естественного или искусственного интеллекта, создавшего научный текст. Применим ранее апробированный **функционально-стилистический подход** к анализу смысловой структуры научных текстов в области гуманитарных и естественных наук, конкретизированный посредством **моделей** «Качество эталонного научного текста» [Котюрова, 2012] и «Эпистемическая ситуация как единица смысла научного текста» [Котюрова, 1996].

Гипотеза статьи состоит в том, что в результате наложения компонентов данных моделей на рассматриваемые тексты получим рече-текстовые наблюдения, сопоставление и интерпретация которых позволят квалифицировать тексты в качестве созданных естественным или искусственным интеллектом.

Из лингвистической литературы известны бесспорные феноменологические свойства текста – линейность, целостность, связность. Эти свойства присущи как содержательной, так и формальной стороне любого текста. Известно также, что содержанием научных текстов является научное знание – и новое, и «старое», добытое предшественниками. Сложность структуры содержания научного текста обуславливает неизбежное обращение к минимизированной (схематичной) модели «Качество эталонного текста» [Котюрова, 2012, с. 206], а также к имеющимся в научной литературе трактовкам понятия *текст*, в частности, выяснению его отличий от понятия *дискурс* [Ширинкина, 2022]. Нас вполне убеждает обобщение точек зрения по этому вопросу, сформулированное М.А. Ширинкиной: «Дискурс отражает весь процесс речевой коммуникации, текст же – продукт речевой практики адресанта. Структура этого продукта отражает особенности производства текста в снятом виде. Таким образом, доминирование процессуальности либо результативности более всего способствует различению дискурса и текста» [Ширинкина, 2022, с. 43]. Для предпринятого нами анализа текстов существенным представляется заключительное суждение автора: «Противопоставленность понятий *дискурс* и *текст* существенна в области глобальных функционально-языковых явлений. Сами же феномены неотрывны друг от друга» [Ширинкина, 2022, с. 43]. Учитывая это обобщение, мы считаем возможным применить к текстовому анализу принцип доминантности различий (по существу, количественных) между текстами ЕИ и ИИ. Этот констатирующий (описательный) принцип, несомненно, предполагает объяснение наблюдаемых фактов.

С целью объяснения представленных ниже доминирующих рече-текстовых явлений текста применим некоторые **подходы** к интерпретации научного текста: соотношение с гуманистической сущностью (речевая деятельность человека), модель смысловой структуры эталонного текста, а также интерпретацией смысла научного текста как эпистемической ситуации. Рассмотрим эти три подхода, принятых в качестве целесообразных.

1. Понимание текста как «гуманистической структуры» (Ст. Гайда) согласуется с деятельностным принципом порождения научного текста [Котюрова, 1988]. В свою очередь, этот принцип лежит в основе получения нового научного знания. Важно подчер-

кнуть, что «сигналы» о проявлении этой деятельности автор расставляет либо экономно, бережно, либо акцентируя внимание читателя на своих когнитивных действиях.

Приведем пример. Сопоставительный анализ избранных текстов позволил выявить в тексте ЕИ, на наш взгляд, не только уместное употребление языковых единиц, свидетельствующих о когнитивной активности субъекта (автора текста), а даже избыточное их использование. См.: *мы следуем концепции Виноградова; следуя концепции А.В. Бондарко, мы вводим указание; мы рассматриваем; мы считаем необходимым разграничить; учитывая..., мы предлагаем разграничить; мы предлагаем учитывать; мы считаем возможным рассматривать высказывания.* Кроме того, когнитивная активность субъекта предполагается автором при определении/ оценке перспектив разграничения рассматриваемых им понятий объективной и субъективной модальности: *разграничение особенно важно; такое разграничение будет способствовать; понятие может применяться; такое разграничение может помочь сформулировать практические рекомендации.* Надо сказать, что яркой добавкой к выражению действий субъекта выступает оценка модальности действий изучаемого предмета мысли: *необходимо иметь в виду философское определение; вероятность может выступать как мера; вероятность может выступать как математическая вероятность и являться объективной характеристикой.*

В сопоставительном плане относительно текстов ИИ существенно отметить, что в рассмотренных текстах не выявлено языковых единиц, ориентированных на выражение авторской, субъектной активности когнитивных действий. Приведем пример типичного фрагмента текста ИИ: *«Интуиция – это форма познания, которая осуществляется без явного логического анализа и доказательств. В контексте понимания текста интуиция помогает читателю предугадывать смысл и связи между частями текста, основываясь на предыдущем опыте и знаниях. В научной литературе интуиция может проявляться в виде мгновенного осознания ключевых идей, распознавания паттернов или нахождения нестандартных решений задач».* [Фрагмент текста по запросу «Интуитивное понимание научного текста» сгенерирован ChatGPT, 28 августа 2024 г., OpenAI, <https://chatgpt.com>]. Учитывая предварительный характер анализа текстов, тем не менее, на наш взгляд, на основании наличия или отсутствия в обширных контекстах языковых единиц вроде приведенных можно определить порождение текста естественным либо искусственным интеллектом, по крайней мере относительно той модели ИИ, с которой работали авторы.

2. «Системе «Качество эталонного текста» соответствует метафора система-паутина, отражающая связи элементов (частных качеств текста). Каждый элемент этой паутины – это ориентир для наблюдения за тем или иным качеством речи в пространстве текста целого произведения. Паутинный характер данной системы проявляется во взаимосвязи частных свойств текста как по горизонтали, так и по вертикали. См.: монолитность – членимость, логичность – психологичность, связность – прерывистость, целостность – композитивность, понятность – непонятность как «мучительное непонимание». Те же свойства системы, если рассматривать их на схеме в разных направлениях, оказываются связанными как по вертикали, так и перекрестно; см.: логичность – связность – целостность; членимость – ассоциативность – прерывистость – композитивность; членимость – логичность, членимость – связность, членимость – целостность; логичность – прерывистость, логичность – композитивность и др.

... Система «Качество эталонного текста» имеет полипараметральный характер, кроме названных свойств, ей присуща эластичность (внимание к одному свойству может изменить форму всей «паутины»), а также открытость и релятивность, поскольку ни одно из качеств этой системы не является абсолютным, проявленным в высшей степени» [Котюрова, 2012, с. 206].

Анализ текста ЕИ (Петровой В.В.), проведенный посредством «наложения» компонентов модели «Качество эталонного текста», позволил вывить в тексте языковые единицы, «заполняющие» не все позиции, но многие из названных в модели. Приведем примеры. На фоне очевидной пары компонентов *монолитность – членимость*, градуально связанных, при условии деления текста на абзацы расчленение на сверхфразовые единства, высказывания, синтагмы требует определенных когнитивных усилий. Преимущественно описательный характер данного текста не ориентирует автора на выдвигание и выражение логических связей между понятиями и суждениями. Тем не менее связь неизбежна (в противном случае не будет текста). В связи с этим связность речи как необходимое свойство эксплицируется автором различными способами. Основным среди них являются речевые вариативные повторы (РВП) [Данилевская, 1992] типа *доминирующий* признак – *доминантой* модальности является; ... противопоставление объективной и субъективной модальности. Понятие объективной модальности ... Оно отражает оценку... (Петрова, 51) и др. [Котюрова, 1983]. Важно подчеркнуть, что связность в тексте на примере связи двух соседних предложений и абзацев находится «в схватке» с прерывистостью, что соотносится со стремлением автора к целесообразному построению текста. И это понятно: мысль не может быть привязана к одному предмету или его признаку.

Нельзя не отметить погрешности в тексте ИИ, недопустимой при выражении связности научной речи ЕИ. См.: *Пример из работы Герберта Дрейфуса и Стюарта Дрейфуса (1986) демонстрирует, как эксперты в своих областях, будь то медицина, инженерия или наука, часто полагаются на интуицию для принятия решений или осознания ключевых аспектов проблемы.*

Они утверждают, что интуитивные суждения возникают из многолетнего опыта... Местоимению они в контексте предыдущего предложения соответствует форма мн. ч. имени существительного эксперты, поскольку расположена ближе, чем реально соотносимые по смыслу с местоимением они однородные члены *Герберта Дрейфуса и Стюарта Дрейфуса*.

Что касается целостности, то она поддерживается эксплицитно прежде всего благодаря совокупности понятий лексико-семантического поля текста. Можно сказать, что именно целостность присуща текстам, созданным естественным интеллектом человека и его продуктом – искусственным интеллектом (компьютерной программой ...).

3. Смысловую структуру научного текста можно рассмотреть на метатекстовом уровне, абстрагируясь от реального содержания, интерпретируя его в рамках модели эпистемической ситуации (ЭС). Минимизированная модель ЭС объединяет три аспекта научного знания: онтологический (о чем знание), методологический (метод, способ, приемы, т.е. как получено знание) и аксиологический (степень достоверности, новизна и актуальность информации). В расширенной трактовке и соответствующем определении ЭС утверждается, что систематическое влияние на формирование научного текста оказывают рефлексивный и коммуникативно-прагматический компоненты познавательной деятельности. В соответствии с этим уточнением Е.А. Баженовой, рефлексивный компонент связан с личностным характером познавательной деятельности, в которой исследователь проявляет индивидуальный стиль мышления, эмоциональные реакции на то или иное научное явление, а также активно утверждает свою личностную позицию в науке [Дискурсивные..., 2023].

В тексте В.В. Петровой зафиксированы языковые средства выражения всех перечисленных в определении понятия ЭС компонентов. Так, онтологический компонент представлен терминированными понятиями объективная и субъективная модальность, *модальность* вероятности, математическая вероятность, ситуации возможности и необходимости и др.

Методологический компонент ЭС ярко выражен словами широкой семантики концепция Виноградова, концепция А.В. Бондарко, объект исследования, доминирующий признак, понятие объективной модальности, философское определение понятия, категория модальности, традиционное противопоставление, семантические различия, характеристика степени возможности появления определенного события и др.

Аксиологический компонент ЭС представлен такими языковыми единицами, как традиционное для лингвистики противопоставление; степень познанный связей и отношений действительности; последние, несомненно, будут относиться к субъективной модальности; *необходимо иметь в виду; объективная характеристика; четкое разграничение... особенно важно* и др.

Рефлексивный компонент также широко представлен в тексте В.В. Петровой посредством употребления глаголов когнитивной активности субъекта (см. выше на с. 3).

Следует особо подчеркнуть, что содержанием научного текста является информация, в рамках модели «Эпистемическая ситуация» соотносимая с онтологическим компонентом, который передается читателю не в рафинированном, очищенном от присутствия субъекта виде, а наоборот, окружен методологическими и аксиологическими сведениями. И только тогда речь пойдет о качественном научном знании, представленном в виде содержания научного текста. По мнению А.С. Архангельской, «отсутствие личностных моментов не просто лишает научный труд обаяния индивидуальности, но приводит к ощутимым потерям в содержательном плане» [Архангельская, 1980, с. 66].

Характерно, что в рассматриваемых текстах, созданных ИИ, представлена лишь «чистая» информация, которой в модели эпистемической ситуации соответствует онтологический компонент, существенный, неизбежно необходимый в любом научном тексте, поскольку информация понимается без личностной аранжировки, без авторской интерпретации, без методологического и аксиологического компонентов, по природе присущих научному знанию.

Понятно, что смысловая структура научного текста, лаконично рассмотренная лишь в пределах ее трактовки в Пермской лингвистической школе проф. М.Н. Кожинной, здесь представлена далеко не полно, в ограниченном виде. В частности, модель смысловой структуры научного текста «Эпистемическая ситуация» существенно расширена и конкретизирована концепцией политекстуальности научного текста, разрабатываемая проф. Е.А. Баженовой [Баженова, 2001, 2012, 2024]. По мнению Е.А. Баженовой, «Модель политекстуальной структуры научных произведений академических жанров (статей и монографий) включает субтексты, “опредмечивающие” в речевой ткани текста содержание аспектов эпистемической ситуации» (Цит. по: [Котюрова, 2012, с. 51]). Кроме того, чрезвычайно важным представляется обращение к трансдисциплинарной области знания (функциональной стилистикой вкупе с науковедением, логикой и психологией научного творчества и др.), обусловленное динамикой основных экстралингвистических факторов – научного знания как содержания научного текста и субъекта получения и формирования научного знания, а именно субъекта с присущим ему естественным или искусственным интеллектом.

В заключение подчеркнем, что гипотеза статьи подтвердилась предварительным анализом научных текстов, и выразим надежду на то, что представленный функционально-стилистический подход к актуальной проблеме определения статуса текста, созданного ИИ или ИИ, при дальнейшем развитии и применении может дать вполне ощутимые и убедительные результаты.

Список литературы

1. Архангельская, А. С. К проблеме индивидуального стиля в научных исследованиях // НТР и развитие художественного творчества. – Ленинград, 1980. – С. 62-75.
2. Баженова, Е. А. Научный текст в аспекте политекстуальности. – Пермь, 2001.
3. Баженова, 2012 – «Субтекст как речевая реализация компонента эпистемической ситуации» в: [Котюрова, 2012, с. 50-52].
4. Баженова, 2024 – «Субтекст как единица смысловой структуры научного текста» в: Дискурсивные основания речеведения: научный текст – новое знание – перевод: коллективная монография / М.П. Котюрова, Е.А. Баженова, Л.В. Кушнина, Н.В. Соловьева, Л.С. Тихомирова; под общ. ред. М.П. Котюровой. – М. : ФЛИНТА, 2024. – 300 с. (с. 72-130).
5. Данилевская, Н. В. Вариативные повторы как средство развертывания научного текста. – Пермь : Изд-во Перм. ун-та, 1992. – 144 с.
6. Котюрова, М. П. Эволюция выражения связности речи в научном стиле XVIII – XX вв. Учебное пособие по спецкурсу. – Пермь : Пермский университет, 1983. – 80 с.
7. Котюрова, М. П. Об экстралингвистических основаниях смысловой структуры научного текста (функционально-стилистический аспект). – Красноярск : изд-во Краснояр. ун-та, 1988. – 170 с.
8. Котюрова, М. П. Выражение эпистемической ситуации в периферийных текстах целого произведения // Очерки истории научного стиля русского литературного языка XVIII – XX вв.: Т. II : Стилистика научного текста (общие параметры). – Пермь, 1996. – Ч. 1. – С. 341-370.
9. Котюрова, М. П. Стилистика научной речи : учеб. пособие для студ. учреждений высш. проф. образования. – М. : Издат. центр «Академия», 2012. – 240 с.
10. Петрова, В. В. О разграничении объективной и субъективной модальности вероятности // Иностранные языки: Материалы конференции (21 –23 мая 2002 г.) – СПб. : Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2002. – С. 50-52.
11. Ширинкина, М. А. Дискурс исполнительной власти: теоретические основы: монография. – Пермь, 2022. – 146 с.
12. OpenAI. (2024). ChatGPT (версия 3.5) [большая языковая модель]. <https://chat.openai.com/chat>

А. Д. КРИВОНОСОВ

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
(Санкт-Петербург, Россия)

**ТЕРМИНОГРАФИЯ НОВЫХ НАУЧНЫХ ДИСЦИПЛИН:
ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ СЛОВАРЯ РЕКЛАМЫ И PR**

**TERMINOGRAPHY OF NEW SCIENTIFIC DISCIPLINES:
FEATURES OF CREATING AN ADVERTISING AND PR DICTIONARY**

Аннотация

В статье на материале терминов прикладных коммуникаций рассматривается специфика создания словаря терминов связей с общественностью и рекламы: сегодня не

существует словарь, который отвечал бы требованиям современной методики преподавания дисциплин рекламы и PR и отражал бы специфику профессиональной деятельности и междисциплинарные связи. В настоящее время на формирование терминосистемы рекламы и PR особое влияние оказывают процессы диджитализации и медиатизации публичной сферы и междисциплинарные связи научного знания о прикладных коммуникациях. Представлены принципы отбора материала и в соответствии с моделью акта коммуникации Г. Лассуэлла предлагается классификация терминов по гнездовому принципу. Дается образец построения одного из гнезд словаря. Работа по созданию подобного словаря обеспечивает продолжение дискуссий по описанию и классификации специальной лексики.

Abstract

The article examines the specifics of creating a dictionary of advertising and public relations terms based on the terms of applied communications: currently there is no dictionary that would meet the requirements of modern methods of teaching advertising and PR disciplines and reflect the specifics of professional activity and interdisciplinary connections. The principles of material selection are presented and, in accordance with the classical model of communication by G. Lasswell, a nested classification of terms is proposed. A sample of the construction of one of the dictionary nests is given. The work on the creation of such a dictionary ensures the continuation of discussions on the description and classification of special vocabulary.

Ключевые слова: терминография, термин, гнездовой способ, реклама, связи с общественностью, модель Г. Лассуэлла

Keywords: terminography, term, nest method, advertising, public relations, G. Lasswell model

Одним из предметов научных исследований Л. А. Шкатовой было терминоведение. Настоящее исследование посвящено проблемам терминографии смежных коммуникационных дисциплин (пиарологии, науки о связях с общественностью, и рекламоведения) – новых научных дисциплин, сложившихся в России в последние два с половиной десятилетия.

Если обращаться к истокам российской терминографии, науки о «проектировании, составлении и использовании словарей специальной лексики» [Гринев-Гриневиц, 2008, с. 217], следует упомянуть прежде всего ряд работ отечественных терминоведов и лексикографов конца XX столетия – А. Я. Шайкевича [Шайкевич, 1983], А. С. Герда [Герд, 1986], С. В. Гринева-Гриневица [Гринев-Гриневиц, 2009].

Современные исследователи представляют специальную лексику по различным классифицирующим признакам. Так, В. М. Лейчик предлагает выделять «термины, предтермины, прогнозные термины, номенклатурные единицы, терминоиды, гибридо термины, профессионализмы и жаргонизмы» [Лейчик, 2006, с. 78], а С. В. Гринев-Гриневиц добавляет еще и номены [Гринев-Гриневиц 2008, с. 43]. В задачи статьи не входит обсуждение вопросов разграничения специальной лексики и ее классификации.

Сегодня активно изучаются критерии терминологичности лексических единиц. Очевидно, что изначально новый термин актуализируется в специальных текстах. Однако в рекламоведении и пиарологии, где термины появляются параллельно с развитием отрасли (которая насчитывает 35 лет), специальная лексика может быстро стать общеупотребительной, а из-за частотности использования новых терминов, которые отражают новые реалии, такие единицы оказываются несоотносимыми с окказионализмами или с профессиональными жаргонизмами.

Переходя к терминографии сферы рекламы и связей с общественностью, сразу подчеркнем: научный интерес к возникающим феноменам и их терминологическому обо-

значению был и остается активным. В первые годы преподавания связей с общественностью и рекламы в вузах России (с середины 1990-х гг.) появляется определенный корпус терминов (Более подробно об истории терминологии рекламы и связей с общественностью см в [Кривоносов, 2023]).

В последнее время, на очередном этапе развития публичных коммуникаций, характеризующемся активным развитием современных технологий, основанных прежде всего на диджитализации, медиатизации публичного пространства [Профессиональные компетенции, 2021], процесс адаптации новой специальной лексики, формирующихся терминов имеет особую актуальность, и не только в научном, но и в дидактическом плане [Кривоносов, 2024]. Новые феномены могут быть обозначены предтерминами; в таком случае императивом становится их корректное описание специалистами по PR и рекламе: не всегда лингвисты (находящиеся вне профессионального узуса) корректно трактуют новые термины [Кривоносов, 2019].

Несмотря на наличие определенного количества словарей терминов рекламы и связей с общественностью (как и смежных дисциплин), словников в учебных пособиях, в настоящее время нет словаря, который был бы релевантен методике преподавания дисциплин рекламы и PR, отражая как специфику профессиональной деятельности, так и междисциплинарные связи.

Сегодня на кафедре коммуникационных технологий и связей с общественностью Санкт-Петербургского государственного экономического университета ведется работа по составлению современного словаря рекламы и связей с общественностью, когда учитываются следующие важные принципы отбора лексических единиц:

1. Словарь формируется в координатах Петербургской школы паблик рилейшнз (информационная основа PR; собственный понятийный аппарат; изучение рекламы и PR как самостоятельных социальных институтов [Основы теории, 2018]).

2. Технологическая основа словаря – схема коммуникации Г. Лассуэлла (источник – канал – код – получатель – обратная связь). Такая модель эффективна для описания PR-деятельности, современной системы средств массовой коммуникации [Кривоносов, Киуру, 2022]. Использование данной модели, на наш взгляд, операционально, что важно для дидактики вузовских коммуникационных дисциплин. Традиционный алфавитно-гнездовой принцип составления словаря облегчает поиск термина. В данном словаре термины презентуются по гнездовому принципу (то есть систематизируются в рамках единой лексической системы; очевидны связи между компонентами гнезда). В словаре в качестве гнезд могут выступать компоненты модели Г. Лассуэлла (с их некоторым дополнением, развитием).

3. Выборка материала была осуществлена из терминологических списков дисциплин кафедры, далее термины распределяются по гнездовому принципу. (Из словника исключены понятия менеджмента, маркетинга, политологии, лингвистики и т.п.)

Итак, основные понятийно-терминологические поля Словаря, исходя из модели Г. Лассуэлла, выглядят следующим образом:

- Базовые понятия: информация, коммуникация, связи с общественностью, реклама, журналистика, медиакommunikation;
- Субъекты и объекты рекламы и PR;
- Результаты прикладных коммуникаций;
- Субъектно-объектные и субъектно-субъектные отношения и каналы прикладных коммуникаций;
- Коммуникационные инструменты;
- Коммуникационные технологии;
- Коммуникационный продукт.

Представим в качестве примера наполнение одной из частей глоссария (как базы Словаря) – «Коммуникационные технологии».

Брендинг

- Архитектура бренда
- Брендированный дом
- Дом брендов
- Идентичность
- Знак обслуживания
- Каннибализация брендов
- Капитал бренда
- Лояльность и виды лояльности
- Пожизненная ценность клиента (LTV)
- Позиционирование
- Портфель брендов
- Разрыв бренда
- Растяжение марки
- Расширение марки
 - Ребрендинг
 - Реколоринг
 - Ренейминг
 - Рестайлинг
- Репозиционирование
- Товарный знак
- Система дизайна бренда
- Ценность бренда

Брендинг, виды

- Геобрендинг (территориальный брендинг).
- Персональный брендинг

Фиксация компонентов бренда

- брендбук;
- гадлайн;
- кат-гайд.

Геймификация

Имиджмейкинг

- Имиджбилдинг.
- Самобрендинг
- Самомаркетинг
 - Аттракция
 - Бренд-имидж
 - Имидж-консалтинг
 - SERM-технология

Клиппинг

Ньюсджеркинг

Ньюсмейкинг

- Технологии ньюсмейкинга

Питчинг

Рейтинг

- гострайтинг;
- копирайтинг;

нейминг;
малый копирайт – нейм, слоган;
рерайтинг;
спичрайтинг;
ToV (Tone of voice).

Сторителлинг

Фактчекинг

В заключение отметим: в терминологии современных прикладных коммуникаций определяющим становится понимание рекламы и PR как самостоятельной и самостоятельной научной и практической сферы. Реклама и связи с общественностью имеют достаточно разветвленную понятийную систему, особую дисциплинарную организацию. Словарь терминов рекламы и PR может рассматриваться не как собственно словарь терминологии прикладных коммуникаций, а словарь терминосистем прикладных коммуникаций (если придерживаться терминоведческой теории). Нельзя отрицать имеющиеся «универсальные» термины (имидж, бренд, общественное мнение и т.д.), которые употребляются в различных социальных сферах, однако логика разделения терминов рекламы и связей с общественностью по «дисциплинам», по основным гнездам, фиксирующим деятельностные характеристики прикладных коммуникаций, должна быть отражена. Работа над словарем может обеспечить и ряд дискуссионных лингвистических задач в сфере специальной лексики: о соотношении понятий терминологии и терминосистемы, термина и терминоида и т.д.

Список литературы

1. Герд, А. С. Основы научно-технической лексикографии (как работать над терминологическим словарем). – Ленинград: ЛГУ, 1986. – 72 с.
2. Гринев-Гриневич, С. В. Терминоведение: учеб. пособие. – М.: Изд. Центр «Академия», 2008. – 304 с.
3. Гринев-Гриневич, С. В. Введение в терминографию. – М. : ЛИБРОКОМ, 2009. 222 с.
4. Кривонос, А. Д. Новый справочник по медиалингвистике // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2019. – № 1(31). – С. 216-220.
5. Кривонос, А. Д. К вопросу о систематизации современной терминологии рекламы и паблик рилейшнз // Дискурс. – 2023. – Т. 9, № 6. – С. 173-183.
6. Кривонос, А. Д. Парадигматика современной системы массовых коммуникаций в модели Г. Лассуэлла / А. Д. Кривонос, К. В. Киуру // Вопросы теории и практики журналистики. – 2022. – Т. 11, № 1. – С. 27-40.
7. Кривонос, А. Д. Основы теории связей с общественностью : учебник. Изд. 2-е, доп. и испр. / А. Д. Кривонос, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. – СПб.: Питер, 2018. – 362 с.
8. Лейчик, В. М. Терминоведение: предмет, методы, структура. Изд. 2-е, испр. и доп. – М., 2006. – 256 с.
9. Профессиональные компетенции специалиста по коммуникациям XXI века : коллективная монография / А. Д. Кривонос, К. В. Аксенов, А. Ю. Бомбин [и др.]. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2021. – 227 с.
10. Шайкевич, А. Я. Проблемы терминологической лексикографии. – М.: ВЦП, 1983. 67 с.

Т. Н. КУЗНЕЦОВА

Высшая Школа Государственного управления –
Институт Президентской Академии
(Москва, Россия)

**МОДЕЛИРОВАНИЕ РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ
В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ****MODELING OF SPEECH BEHAVIOR
IN THE PROFESSIONAL FIELD****Аннотация**

В статье обсуждаются этапы разработки речевой модели профессионального общения для специалистов в сфере обслуживания. Разработка алгоритма коммуникации рассматривается в контексте теории речевой деятельности А.А. Леонтьева: учитывает социальный опыт коммуникантов и подразумевает работу не только непосредственно с речевым компонентом деятельности, но и с внутренними психологическими барьерами специалистов. В статье также описан эксперимент по применению метода «встречного текста» А. И. Новикова для формирования модели речевого поведения. Возможности этого метода рассматриваются в контексте оценки реакций коммуникантов на новые фразы и формулировки, которые рекомендованы им для применения в профессиональном общении. Приведены примеры, как на основании специфики «контртекста» речевая модель корректируется и адаптируется к особенностям речи специалистов.

Abstract

The article discusses the stages of developing a speech model of professional communication for service professionals. The development of a communication algorithm is considered in the context of A. A. Leontiev's theory of speech activity: it takes into account the social experience of communicants and implies working not only directly with the speech component of activity, but also with internal psychological barriers of specialists. The article also describes an experiment on the use of the «counter text» method by A.I. Novikov to form a model of speech behavior. The possibilities of this method are considered in the context of evaluating the reactions of communicants to new phrases and formulations that are recommended to them for use in professional communication. There are examples where the speech model is adjusted and adapted to the peculiarities of speech by specialists based on the specifics of the «countertext».

Ключевые слова: речевая модель, теория речевой деятельности, профессиональное общение, метод «встречного текста».

Keywords: speech model, theory of speech activity, professional communication, the method of «counter text».

Профессиональное общение многократно оказывалось объектом внимания ученых (С.Б. Аракелян, А.А. Леонтьев, Э.Э. Линчевский, С.В. Мыскин, Е.Ю. Соколова, Ю.П. Тимофеев, Л.А. Шкатова, Е.В. Харченко и др.). В своем исследовании мы рассматриваем профессиональную речь как «межличностное общение в профессиональной сфере, которое делится на взаимодействие специалиста и неспециалиста» [Харченко, 2004, с. 75], в нашем случае – администратора салона (далее – специалист) и клиента (далее – неспециалист).

В этой статье мы рассмотрим процесс создания речевых алгоритмов и моделей для профессиональной коммуникации, разработанных в рамках теории речевой де-

тельности А.А. Леонтьева (далее ТРД) для администраторов сети салонов красоты г. Ярославля.

Согласно положениям ТРД, «речь обслуживает взаимодействующих коммуникантов, т. е. речь развертывается в структуре неречевой деятельности и только «ради» нее. Мотив, мотивация высказывания — побудительная причина возникновения речи — всегда лежит за пределами речи и, следовательно, за пределами психолингвистической модели порождения высказывания — в неречевой деятельности» [Харченко, 2019, с. 11]. По мнению А.А. Леонтьева, «речевое действие включает в себя звено планирования, или программирования. ...Программа речевого действия существует обычно в неязыковом, вернее, не собственно языковом (лишь сложившемся на языковой основе) коде» [Леонтьев, 1974, с. 27]. Согласно теории речевой деятельности (ТРД), речь зависит не от самой ситуации общения, а от модели этой обстановки, которая формируется у коммуниканта.

При разработке речевой модели мы также исходили из того, что «речь (выбор альтернативных речевых вариантов, вариативность речи) зависит не собственно от обстановки, а от модели этой обстановки, которая формируется у коммуниканта, причем очевидно, что модели одного и того же акта общения у разных коммуникантов могут отличаться по полноте... В психологии и психолингвистике между ситуацией общения и речью «помещается» сознание человека, отображающего, моделирующего эту обстановку» [Тарасов, 1979, с. 17].

В основе профессиональной речи администратора – клиентоориентированный подход, проявление внимания, заботы, бережное отношение к посетителям салона в эмоциональном и речевом плане. Корпоративная культура компании определяет соответствующий стиль общения – слова вежливости, комплименты, получение обратной связи от клиентов по поводу услуг, выбор удобного времени для визита и т.д.

Руководство компании приняло решение дополнить функции администраторов продажами товаров по уходу за волосами, кожей, ногтями и бижутерии, чтобы получить дополнительную прибыль. Раньше администраторы продавали эти товары, только если клиенты сами задавали вопросы и хотели сделать покупку. Сами же сотрудники не инициировали разговора об этих товарах и не предлагали их.

Руководством была поставлена задача разработать для администраторов речевую алгоритм продаж таким образом, чтобы им было легко и удобно работать по нему ежедневно и получать положительную реакцию клиентов. Нужна была такая речевая модель, которая позволит снять барьеры администраторов перед продажей, при этом сохранит клиентоориентированный подход, к которому привыкли и посетители салона, и сами сотрудники. Также новая речевая модель должна была гармонично вписываться в уже сложившийся профессиональный речевой стандарт администратора.

1. Анализ социального опыта специалиста.

Мы начали работу с анализа социального опыта администраторов, поскольку на первой встрече они отказывались предлагать товары клиентам из страха получить отказ, негативный комментарий от посетителя и от руководства. Они не знали, как это делать и какой момент в общении с клиентом для этого выбрать. Специалисты опасались сделать ошибку и «испортить отношения с клиентом» и вербализовали свои сомнения следующим образом: *«А если клиентка откажется?»*// *«А если она разозлится?»*// *«У меня не будет времени на продажу, когда идет поток клиентов»*// *«У меня есть и другие обязанности»*// *«Я не люблю навязываться»*// *«Нас не поймут посетители, воспримут это как что-то странное»*// *«Вообще не понимаю, как мне это делать»*// *«Я уже пробовала, но все отказывались»*.

На первом этапе было решено внести изменение в понимание ситуации. Для этого сотрудникам было предложено проанализировать свой опыт в роли клиента и ответить на два вопроса:

1. Как в вашем опыте выглядела забота, когда вы сами были в роли клиента? Как ее проявляли по отношению к вам продавцы разных товаров и услуг?

2. Каким образом выглядело и ощущалось давление и навязывание товара (и самой ситуации общения) со стороны этих продавцов? Как оно проявлялось?

Администраторы определили давление как ситуацию, «когда мне предлагали товар или просто помощь, я отказывалась, а продавец все равно настаивал и раздражал меня, не давал спокойно посмотреть товар и побыть в магазине самой». Как выяснилось из дальнейшего разговора, именно таких действий со своей стороны и не хотели администраторы. Они считали, что от них требуется настойчивость и активность в части продаж. Специалисты поняли требование руководства продавать товар так, как будто им нужно обязательно продать что-либо из ассортимента, даже если посетитель говорит, что не готов смотреть и тем более покупать товар в данный момент (не настроен обсуждать продукцию, хочет заплатить за услугу, ради которой приходил, и уйти).

Иными словами, сотрудники услышали своего руководителя примерно так: «продавливаем каждого, чтобы купил товар». Для руководителя было неожиданным узнать, что сотрудники поняли его так категорично, ведь его идеей было предложить товар, познакомиться с товаром, продать то, что реально нужно посетителю салона.

В этой ситуации, следуя подходу Московской психолингвистической школы, при разработке речевого алгоритма продаж следовало учесть то, что наиболее адекватные модели, отображающие речевое общение коммуникантов, должны включать как внутренние (психологические и психофизиологические), так и внешние (социальные и социально-психологические) координаты речевой коммуникации. С помощью вопросов и обсуждения ответов получилось скорректировать субъективный образ ситуации общения, сформированный у специалистов в их социальном опыте.

2. Работа с внутренними барьерами специалиста.

После того как выяснилось, что администраторы ошибочно считают отказ клиента посмотреть товар возражением, которое «надо прорабатывать», были прописаны базовые установки для самой коммуникативной ситуации продаж:

1. Мы предлагаем клиенту посмотреть товар, а не купить. Начинаем разговор именно с этого.

2. Если после предложения посмотреть товар, клиент отказывается, мы его отпускаем. Можем добавить фразу: «На будущее имейте в виду, что у нас это можно купить».

3. Стиль общения остается доброжелательными и вежливым. Товар предлагается легко, в формате «как будто между прочим», без давления и навязывания.

4. Фразы «А почему вы не хотите посмотреть, продукция хорошая?» или «Это займет всего 5 минут, давайте посмотрим» и любые другие речевые формулы давления исключаются из алгоритма и ситуации продаж. Они подвергают риску общее впечатление клиента о салоне и стабильные отношения с постоянными клиентами.

5. Разговор о продаже начинается в двух ситуациях: если клиент ждет мастера и когда клиент подходит к администратору, чтобы оплатить услугу, когда она уже оказана.

3. Мозговой штурм: непосредственно разработка речевой модели.

Речевая модель профессионального общения в нашем проекте представляет собой алгоритм речевого поведения, который состоит из пяти этапов продаж: установление контакта, выяснение потребности, презентация товара, работа с возражениями, завершение.

Мы провели мозговой штурм с администраторами (предварительно разработав несколько примеров фраз на каждый этап и согласовав их с руководством компании) для создания речевых примеров на каждый шаг в продаже. Принимались самые разные варианты с целью создать как можно больше разнообразных речевых решений.

В компании работают сотрудники разного возраста со своим социальным опытом, это отражалось в идеях и формулировках, которые они предлагали. Также участники мозгового штурма рассмотрели несколько «заготовленных» фраз, чтобы оценить их воздействие в реальных ситуациях с клиентом.

По итогам мозгового штурма был прописан алгоритм продаж, который содержал формулировки для каждого этапа продаж, например, фразы для перехода к продаже, описание разных категорий товаров с примерами, а также ответы на возражения и варианты завершения продажи.

Например, фразы для перехода к продаже:

Клиент ждет мастера:

- *Ирина, пока ждете, хотите посмотреть уходовую косметику или бижутерию?*
- *Мастер освободится через 15 минут, Екатерина, давайте я пока покажу вам профессиональную косметику, которые есть у нас. Хорошо?*
- *Пока пьете кофе, можно посмотреть наши новинки по уходу за волосами. Как вы на это смотрите?*

Клиент пришел оплатить услугу:

- *Ирина, у нас есть уходовые средства для волос, кожи, ногтей, еще - бижутерия. Вы уже смотрели?*
- *Вы уже видели нашу бижутерию, Анна Сергеевна?*
- *Хочу показать вам / познакомить вас с нашим средствами.... Как вы на это смотрите?*
- *Если вам интересны средства по уходу за кожей или волосами, вы можете посмотреть наш ассортимент. Что скажете?*

Если клиент отвечает, что не хочет смотреть или ему не нужно:

- *Хорошо, тогда к оплате...*
- *Хорошо, тогда на будущее имейте в виду, что такая возможность есть...*
- *Тогда просто знайте, что у нас можно купить хорошие средства.*

4. Адаптация речевой модели к речевому опыту специалистов.

Когда предварительный алгоритм был разработан и оформлен в структурированный документ, необходимо было адаптировать речевые решения для каждого этапа продаж к речи администраторов и клиентом. Слова и фразы должны были быть для администраторов «своими», понятными и легкими для произнесения в реальной ситуации общения с клиентом.

А.И. Новиков в работе «Текст и контртекст: две стороны процесса понимания» дает следующий комментарий: «В практическом плане о понимании чаще всего судят по пересказам воспринятого текста «своими словами». Такая методика используется часто и в психолингвистических экспериментах. Она позволяет судить прежде всего о самом факте понимания или непонимания субъектом воспринимаемого текста, о полноте и точности понимания с точки зрения усвоения содержащегося в тексте знания...». [Новиков, 2003, с. 64]. Далее А.И. Новиков описывает эксперимент, который позволяет проверить не только глубину понимания и особенности восприятия текста, но и оценить, какие реакции вызывает текст в сознании реципиента.

Н.П. Пешкова в статье «Встречный текст» как продукт понимания адресатом и отражение содержательно-смысловой структуры воспринимаемого сообщения» рассматривает результаты исследований, посвященных изучению понимания разных типов речевых произведений с использованием метода «встречного текста» А.И. Новикова. Вслед за А.И. Новиковым автор полагает, что «понимание и осмысление информации осуществляется в «диалоговом режиме», представляющем собой взаимодействие вербального

сознания реципиента с содержанием текста и авторским смыслом. Можно предположить, что в этих процессах опосредованно, через обозначенные ментальные образования, происходит взаимодействие языкового сознания адресата с языковым сознанием автора речевого произведения» [Пешкова, 2017, с. 57].

В нашем случае эксперимент по применению методики «встречного текста» А.И. Новикова заключался в следующем: администраторам были зачитаны два описания продукта и два ответа на возражения. Тексты были построены по правилам презентации продукта и алгоритма работы с возражениями. Предварительно они были «утверждены» участникам мозгового штурма, однако содержали речевые ошибки, сложные конструкции либо избыточную информацию и т.д.

Иными словами, администраторы должны были «пропустить текст через себя, свое сознание» и дать «встречный текст», который им запомнился, зацепил их внимание, оказался «своим».

Для эксперимента мы составили четыре текста:

Текст 1 (презентация маски для волос)

Маска проверена, наши мастера используют ее и в работе, и для себя. У нее есть потрясающий эффект – волосы блестят, выглядят ухоженными, здоровыми.

Дело в том, что маска содержит специальное масло, оно создает защитный слой. А коллаген питает волосы изнутри. Эффект держится несколько дней.

Посмотрите, многие наши клиенты любят ее. И я сама.

Текст 2 (презентация шампуня для светлых окрашенных волос)

Елена, вы только что после окрашивания. Вам очень идет, цвет – прямо ваш, здорово! Хотите посмотреть деликатный шампунь как раз для светлых волос?

Шампунь очень бережный, ни сухости, ни шелушения, очень комфортно с ним. Если хотите, у нас есть пробник, можно взять прямо сегодня. Что скажете? Добавим в чек?

Текст 3 (ответ на возражение «Я не люблю маски для волос, мне нравится бальзам»)

Вы правы, бальзам, действительно, хорошая помощь волосам. Тогда можно посмотреть бальзам (указываем марку) для интенсивного увлажнения. Возьмите, пожалуйста, можно состав посмотреть.

Он прямо напитывает, оживляет волосы. Они становятся блестящими, как будто вы только что из салона. При этом выглядят волосы естественно. Уход очень бережный.

У него запах очень оригинальный, волшебный такой! Можете открыть и почувствовать. У нас есть пробник. Если бальзам вам подходит, можно сейчас купить или в следующий раз если, надумаете. Средство эффективное. Как вам?

Текст 4 (ответ на возражение «Заказать по Интернету будет дешевле»).

Я поняла вас. Как вам будет удобнее. На таких площадках иногда бывают подделки. Вы можете подстраховаться, взять у нас пробник и потом сравнить. Будете уверены, что продукт качественный. Мы работаем напрямую с поставщиками. Это надежно. Добавим пробник в чек?

Администраторы слушали текст, а не читали, потому что важно было понять именно восприятие текста «на слух» так же, как это будут делать клиенты.

Тексты зачитывались сотрудникам последовательно. Прослушав текст, они записывали все, что поняли, что показалось им важным, что «осталось в голове».

Приведем несколько примеров встречных текстов по Тексту 1:

Сотрудник 1

Маска содержит специальное масло, которое питает и увлажняет волосы.

Наши мастера пользуются ей сами, поэтому очень рекомендуют.

Хотели бы вы попробовать эту маску для себя?

Сотрудник 2

Маска проверена, наши мастера используют ее в работе. Она очень питает и увлажняет волосы.

Многие клиенты любят и используют ее.

Сотрудник 3

У нас в продаже есть маска, которую используют сами мастера, она хорошо увлажняет волосы. Также они выглядят ухоженным и блестящими. Пользуюсь ей сама.

Далее мы проанализировали ответы администраторов по тексту 1 (презентация маски для волос):

1. Как мы видим (в том числе и в «ответах» других сотрудников на этот текст) самыми частотными оказались две фразы: «наши мастера используют эту маску» и «она увлажняет волосы». Именно их мы включаем в презентацию этого товара.

2. Участникам эксперимента запомнился материал только из первого абзаца. Некоторые отметили последнюю фразу. Второй абзац оказался избыточным и был полностью исключен всеми. Значит, мы сокращаем презентацию до двух первых предложений. Исключаем типовые рекламные формулировки, например «коллаген питает волосы изнутри».

Итоговый вариант описания, который взяли в алгоритм и в работу с клиентом: «Эта маска хорошо увлажняет волосы, поэтому ее используют и наши мастера».

Аналогичным образом мы проанализировали все ответы по остальным текстам и сделали выводы о том, как выстроена речевая модель администраторов и по каким критериям отбирать эффективные речевые решения из предварительного алгоритма. Иными словами, мы составили требования к тому, каким должен быть итоговый алгоритм, чтобы специалистам было легко его запомнить (без специального заучивания), комфортно «входить» с ним в коммуникативную ситуацию с клиентом:

1. Предложения должны быть простыми. Если есть возможность, то разбиваем сложное предложение на два простых.

2. Одна реплика – не более двух фраз или двух аспектов по содержанию. Например, презентация продуктов в итоговом алгоритме выглядит так:

- *Этот крем легкий, нежирный (характеристика), его удобно брать в дорогу, вы ведь собираетесь в отпуск (преимущество).*
- *Этот крем хорошо питает и увлажняет - руки выглядят красиво и ухоженно.*
- *Масло дает хороший лечебный эффект - ногти будут здоровыми и красивыми.*
- *Шампунь как раз для окрашенных волос, придает блеск светлым волосам.*

Администраторы много знают о товаре, у них есть и любимые марки, и любимые средства из ассортимента салонов. В результате они могли дать клиенту больше информации, чем тот может воспринять (ведь даже они сами воспринимали длинные презентации из 2-3 абзацев в урезанном виде до 2-3 предложений). Поэтому дополнительно к фразам на каждый этап продаж, мы дали рекомендации, как выбирать информацию по каждому продукту для клиента. Сделали акцент на том, как «остановить себя», чтобы не перегрузить собеседника информацией.

5. Обучение специалистов.

На тренинге мы разобрали с администраторами новую речевую модель (алгоритм продаж) в целом:

1. Рассмотрели особенности каждого этапа продаж, специфику построения фраз и поведения с клиентами.

2. Выбрали оптимальные варианты интонации.

3. Провели «ролевой игры» в формате «администратор-клиент».

4. Составили список «стоп-слов» – неприемлемых высказываний и недопустимых формулировок.

5. Зафиксировали письменно итоговый вариант речевой модели, который администраторам нужно взять в работу с клиентом.

6. Тестирование речевой модели в реальных условиях.

В течение двух недель администраторы работали с клиентами по новой речевой модели. Сначала предлагали продукт клиентам, которые были расположены общаться, с ними уже были установлены доверительные отношения. Далее администраторы продолжили работу, предлагая товар каждому посетителю салона, исключая тех, кто был недоволен услугой или изначально был настроен негативно (уже на входе в салон).

Часть клиентов отказывалась от предложения посмотреть товар, в этом случае администраторы действовали «по прописанному плану» без давления, поэтому и такие диалоги проходили конструктивно. Часть посетителей соглашалась посмотреть товар, многие из них делали покупку.

В результате администраторам удалось перенести новую речевую модель на практику, опробовать ее в реальной коммуникативной ситуации с клиентом, выбрать те фразы и формулировки из алгоритма, которые подошли им самим и их клиентам лучше всего.

Также сотрудники убедились в том, что клиенты реагируют нейтрально или позитивно на их предложение, а сама речевая модель продаж не требует много времени и органично вписывается в культуру клиентоцентричности, принятую в компании.

7. Доработка модели на основании реакций неспециалистов.

Через две недели мы провели с администраторами посттрениговую встречу, где обсудили их впечатление и результаты. Также к этому моменту мы получили отзывы от руководства компании с подтверждением, что самих «продаж», действительно, стало больше. На этом моменте еще было рано подводить итоги в объеме продаж, т.к. сотрудники только освоили новую речевую модель, однако уже было ясно по показателям выручки салонов, что модель имеет большой потенциал и при регулярной работе в этом формате будет результативной для компании.

На встрече администраторы предложили несколько дополнительных речевых решений для алгоритма продаж. В итоге речевая модель была дополнена несколькими фразами, которые были приняты всеми специалистами.

Выводы

Разработка речевой модели профессионального общения включает следующие этапы:

1. Анализ социального опыта специалиста.
2. Работа с внутренними барьерами специалиста.
3. Мозговой штурм: непосредственно разработка речевой модели.
4. Адаптация речевой модели к речевому опыту специалистов.
5. Обучение специалистов.
6. Тестирование речевой модели в реальных условиях.
7. Доработка модели на основании реакций неспециалистов.

К речевому алгоритму в сфере профессионального общения необходимо добавлять элементы описания коммуникативной ситуации, чтобы специалист понимал, когда применять новую речевую модель, как ее включить в тот порядок действий, который был принят ранее и уже стал привычным.

Если новая речевая модель вызывает у специалиста сопротивление или сомнения, то следует проработать внутренние барьеры и сформировать базовые установки, которые помогут специалисту легко войти в ситуацию и действовать в ней уверенно. В нашем случае это было изменение представления о продаже как о давлении на подход через заботу и ориентацию на потребности и интересы клиента.

Когда барьеры сняты, специалисты готовы принимать участие в разработке новых речевых решений, а также тестировать их в реальных ситуациях общения с клиентом.

Моделирование речевого поведения в профессиональной сфере требует активного участия самих специалистов, а также работы с их внутренними установками, связанными с профессиональной деятельностью и социальным опытом.

Список литературы

1. Леонтьев, А. А. Основы теории речевой деятельности. – М. 1974.
2. Новиков, А. И. Текст и «контртекст»: две стороны процесса понимания // Вопросы психолингвистики. Текст: восприятие, понимание, интерпретация. – М., 2003. – С. 64–70.
3. Пешкова, Н. П. «Встречный текст» как продукт понимания адресатом и отражение содержательно-смысловой структуры воспринимаемого сообщения // Информационная структура текста: сб. статей. – М., 2017. – С. 54–63.
4. Тарасов, Е. Ф. К построению теории речевой коммуникации // Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов, А. М. Шахнарович. Теоретические и прикладные проблемы речевого общения. – М. : Наука, 1979. – 328 с.
5. Харченко, Е. В. Межличностное общение: модели вербального поведения в профессиональных сферах : дис. ... д-ра филол. наук / Харченко Елена Владимировна. – М., 2004. – 470 с.
6. Харченко, Е. В. Бизнес-коммуникация: психолингвистический подход (на примере русско-китайских переговоров) : монография / Е. В. Харченко, Нин Хуайин. – Челябинск : Библиотека А. Миллера, 2019. – 183 с.

А. В. КУРЫШЕВА, Е. А. ДАВЫДОВА
Мордовский государственный педагогический
университет имени М. Е. Евсевьева
(Саранск, Россия)

ПОРЯДОК СЛОВ В АНГЛИЙСКОМ ПРЕДЛОЖЕНИИ

THE ORDER OF WORDS IN AN ENGLISH SENTENCE

Аннотация

Статья «Порядок слов в английском предложении» представляет собой детальное исследование структуры английского предложения. Проанализированы различные варианты порядка слов в предложении и их влияние на смысл и эмоциональную окраску высказывания. Основная мысль работы заключается в том, что правильный порядок слов в английском предложении имеет решающее значение для точного и понятного выражения мыслей. Для более четкого представления, в статье описаны примеры из английской литературы и газет. Важно понимать, что грамотное использование порядка слов поможет сделать высказывание более эффективным и убедительным. Таким образом, статья представляет ценное руководство для тех, кто стремится совершенствовать свои навыки в английском языке и только начинающих изучать английский язык.

Abstract

The article “The Order Of Words In An English Sentence” is a detailed study of English sentence structure. It analyzes different variants of word order in the sentence and their influence on the meaning and emotional coloring of the statement. The main idea of the paper is that the correct word order in an English sentence is crucial for accurate and understandable expression of thoughts. For a clearer presentation, the paper describes examples from English literature and newspapers. It is important to realize that the correct use of word order will help to make a statement more effective and persuasive. Thus, the article is a valuable guide for those who are eager to improve their skills in English and those who are just beginning to learn English.

Ключевые слова: порядок слов, функции, нормы, функциональные слова, слова содержания, структура предложения.

Keywords: word order, functions, norms, function words, content words, sentence structure.

The English language, characterized by its analytical framework, is marked by a strictly regulated sequence of words. To put it in straightforward terms, the placement of each element within a sentence is determined by its syntactic function, its connection to adjacent words, and the nature of the sentence itself [Арнольд, 2016, с. 224]

Word order denotes the systematic positioning of words in a sentence, transmitting syntactic significance and indicating the relationships among words. It parallels the human body’s skeletal framework, offering organization and structural integrity. Words and sentence components function as muscles, adhering to this framework to craft a cohesive sentence.

In English, words are categorized into two distinct groups: function words and content words, each serving unique roles. Function words orchestrate the grammatical relationships between content words, pointing out their connectivity, without shifting in position to alter their grammatical role. Conversely, the placement of content words is pivotal, as any modification in their sequence can transform their grammatical purpose and consequently, the entire semantic structure of a sentence [Смирницкий, 1957, с. 117].

Consider the following example: Do rodents eat dairy products? Here, “rodents” act as the subject, preceding the predicate, and “dairy products” serve as the direct object, following the predicate. Reversing these terms modifies the sentence (Do rodents eat dairy products?): Rodents eat dairy products. In this scenario, we observe the syntactical shift of “dairy products,” which now operates as the subject, with “rodents” taking the role of a complement.

As highlighted earlier, due to its analytical nature, the positioning of pertinent lexemes within a sentence significantly influences its comprehensive interpretation in the English language. Proceeding, we will explore the syntactic arrangement in a descriptive clause.

In English, the norms of word order are as follows:

- Typically, in a two-part sentence, the subject precedes the predicate.
- If the predicate is a transitive verb, it is followed by the direct object.
- The indirect complement is positioned between the predicate and the direct complement.
- Prepositional complements and adverbial modifiers typically follow the object, or directly after the verb if an object is absent.
- To prevent an accumulation of words at the sentence’s end, the elements indicating time and frequency can be positioned at the start, before the subject. Adverbs expressing uncertain time and frequency are best placed between the subject and the verb.
- When the predicate is an analytic form verb, adverbs are placed after the first auxiliary verb.
- Occasionally, a sentence may harbor numerous auxiliary components, several of which may be strategically relocated to the opening of the sentence, ahead of the subject, and demarcated

by a comma. Moreover, to emphasize a specific term, it could be positioned preceding the subject [Крылова, 2010, с. 13].

Sentence structure mirrors the inherent inclinations of its communicative framework. Yet, the rigid syntactic sequencing in English constrains this natural progression, though occasionally the core communicative element is positioned at the sentence's conclusion.

In linguistic terms, a sentence consistently presents a topic-comment arrangement. Ordinarily, the familiar data (topic) comes before the fresh, unfamiliar data (comment) for the audience or the conversational partner.

Sentence construction follows specific grammatical principles, yet it is also shaped by the linguistic structure and stylistic characteristics of the text. Various languages employ syntax arrangement to fulfill diverse roles, as detailed by V.E. Shevyakova:

1. Manifestation of syntactic roles among sentence components - Olivia adores Tom. - Tom adores Olivia.

2. Highlighting the semantic center of the message - the rhema - Ann went to Saransk. - It was Ann who went to Saransk.

3. Indicating the communicative type of sentence - He is ready. - Is he ready?

4. Establishing continuity between sentences - She opened the case. Inside was Mia's glasses.

5. Emphasizing certain elements - Very ill she looked.

6. Enhancing the rhythmic flow of the sentence - Never had he seen such brilliant sunlight.

7. Enhancing elegance with structural and rhythmic balance - Unusual was the man's appearance; simple, yet appealing.

The syntactic structure of a sentence is primarily governed by the first four syntactic functions, which vary in importance according to the typological characteristics of the language. Syntax facilitates several roles at once within a singular syntactic construct. Alterations to syntactic sequencing are permissible only if they preserve the integrity and clarity of the sentence's principal constituents and additional syntactic features [Шевякова, 1980, с. 297].

Word order fulfills three critical roles: grammatically structuring sentences, delineating the lexical subject and predicate for clarity, and enhancing both expression and style. It's vital to understand that "lexical subject" signifies the word(s) presenting the main concept or theme in a statement, while "lexical predicate" comprises the word(s) linked to the subject that elaborate, describe, and elucidate it, injecting additional details into the discourse.

English employs a rigorous syntactic structure, positioning the subject at the forefront, succeeded by the verb, and subsequently accommodating different complements (indirect, direct, and prepositional), culminating with adverbial modifiers. This arrangement fulfills several roles, from establishing grammatical relationships and clarifying thematic roles to enhancing the sentence's expressive and stylistic qualities.

Список литературы

1. Арнольд, И. В. Стилистика. Современный английский язык : учебник. – М.: ФЛИНТА, 2016. – 384 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/84578> (дата обращения: 17.03.2024).

2. Крылова, И. П. Английская грамматика для всех : референтный материал / И. П. Крылова, Е. В. Крылова. – М.: Книжный дом «Университет», 2010. – 263 стр.

3. Смирницкий, А. И. Синтаксис английского языка. – М.: Издательство литературы на иностранном языке, 1957. – 284 с.

4. Шевякова, В. Е. Современный английский язык : Порядок слов, актуальное членение, интонация. – М.: Наука, 1980. – 380 с.

С. Ю. ЛАДЫГИНА

Южно-Уральский государственный университет
(Челябинск, Россия)**ПРОПОЗИЦИОНАЛЬНЫЕ СХЕМЫ МНОГОКОМПОНЕНТНЫХ
НАИМЕНОВАНИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ДЕЯТЕЛЯ
В ТЕРМИНОСИСТЕМЕ АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЯ****PROPOSITIONAL SCHEMES OF MULTI-COMPONENT TERMS
OF THE CATEGORY OF PROFESSIONAL FIGURE
IN THE TERM SYSTEM OF AUTOMOTIVE INDUSTRY****Аннотация**

Целью статьи является анализ концептуальной организации многокомпонентных наименований, принадлежащих к категории профессионального деятеля, в терминосистеме автомобилестроения. На основе фреймового анализа выявлено пять концептуальных классов: профессии на этапе прессовки, профессии на этапе сварки, профессии на этапе окраски, профессии на этапе сборки, профессии на этапе производства комплектующих. С помощью когнитивно-ономасиологического моделирования структуры терминов данной категории выявлены основные способы языковой концептуализации профессионалов и установлены наиболее продуктивные пропозициональные схемы в русском и английском языках в рамках рассматриваемой сферы деятельности. Сделан вывод о приоритете акционального фрейма при образовании многокомпонентных терминов в русском и английском языке.

Abstract

The aim of the article is to analyze the conceptual organization of multi-component word combinations of the automotive industry termsystem belonging to the category of professional figure. On the basis of frame analysis five conceptual classes in this category are revealed: professions at the stage of pressing, professions at the stage of welding, professions at the stage of painting, professions at the stage of assembly, professions at the stage of component production. By means of cognitive-onomasiological modeling of the structure of terms the main ways of conceptualization of the profession are revealed: action/process and object; the most productive propositional schemes are established, according to which the multi-component names of this category are created in Russian and English in the framework of the considered sphere of activity. The conclusion is made about the predominance of the action frame in the terms of the category in both Russian and English.

Ключевые слова: пропозициональная схема, фрейм, категория, профессиональный деятель, многокомпонентные термины, терминосистема, автомобилестроение.

Keywords: propositional scheme, frame, category, professional figure, multi-component terms, term system, automobile industry.

В современном терминоведении одной из наиболее актуальных проблем является категоризация профессиональных знаний. Под категоризацией понимается «процесс образования и выделения самих категорий, членение внешнего и внутреннего мира человека сообразно сущностным характеристикам его функционирования и бытия; упорядоченное представление разнообразных явлений через сведение их к меньшему числу разрядов или объединений» [Кубрякова, 1996, с. 42].

С помощью категориального анализа в терминосистеме автомобилестроения нами выявлено шесть категорий: 1) профессиональный деятель; 2) технологические процессы;

3) орудия труда; 4) предметы и материалы; 5) свойства; 6) величины и единицы измерения.

Четвертой категорией по количеству единиц в терминосистеме автомобилестроения русского языка (192 термина или 6% от выборки) и шестой – в соответствующей терминосистеме английского языка (210 терминологических единиц, 7% терминов от выборки) выступает категория профессионального деятеля.

Согласно проведенному фреймовому анализу, данная категория представлена пятью концептуальными классами: **профессии на этапе прессовки** (97 терминов, 3% от выборки в русском языке и 109 терминов, 4% от выборки в английском языке); **профессии на этапе сварки** (33 термина, 1% от выборки в русском языке и 34 термина, 1% от выборки в английском языке); **профессии на этапе окраски** (19 терминов, 0,6% от выборки в русском языке и 23 термина, 0,8% от выборки в английском языке); **профессии на этапе сборки** (23 термина, 0,8% от выборки в русском языке и 31 термин, 1% от выборки в английском языке); **профессии на этапе производства комплектующих** (20 терминов, 0,7% от выборки в русском языке и 13 терминов, 0,4% от выборки в английском языке).

Наименования лиц по профессии подробно исследованы в работах таких ученых, как Л. А. Шкатова [Шкатова, 1967; 1987], А. И. Моисеев [Моисеев, 1968], Е. И. Голованова [Голованова, 2004] и др. Е.И. Голованова отмечает: «В ментальном и языковом пространстве социума категория профессионального деятеля выступает в качестве инструмента познания мира и человека в этом мире. Представленная наименованиями, являющимися частью общеупотребительного языка и принадлежностью языков профессиональной коммуникации, она оказывается в положении “пограничной” зоны между обыденным и специальным знанием» [Голованова, 2004, с. 7].

В монографии Е.И. Головановой «Категория профессионального деятеля: Формирование. Развитие. Статус в языке» проанализированы основные тенденции и приоритеты языковой категоризации субъекта профессиональной деятельности в русском языке на протяжении его письменной истории, выявлены концептуально обусловленные модели профессиональных единиц [Голованова, 2004]. Под профессией (от лат. *profiteor* – объявляю своим делом) автор понимает род трудовой деятельности, который требует специальной подготовки, является основным источником доходов и осознается человеком как главное его занятие [Голованова, 2004, с. 23].

Проанализировав закономерности формирования и развития категории профессионального деятеля и установив ведущие способы концептуализации субъекта профессиональной деятельности на разных этапах социально-экономического развития общества, ученый делает вывод, что в современную эпоху «доминирующим способом концептуализации деятеля является объектный (по основному объекту и шире – сфере профессиональной деятельности)» [Голованова, 2004, с. 290].

В результате проведенного нами когнитивно-ономасиологического анализа многокомпонентных терминов категории профессионального деятеля в сфере автомобилестроения были выявлены следующие способы концептуализации: в русском языке – 1) процессуальный (*промышленный маляр и опрыскиватель*); 2) объектный (*инженер по мехатронным системам автомобиля, механик металлообрабатывающего оборудования*); 3) локативный (*контролер в литейном производстве*); в английском языке – 1) процессуальный (*engine tester – испытатель двигателей*); 2) объектный (*motor vehicle parts technician – техник по автомобильным запчастям, industrial robotics mechanic – механик по промышленной робототехнике*), 3) локативный (*plant manager – управляющий заводом*).

Для построения обобщенной модели категории профессионального деятеля в сфере автомобилестроения необходимо установить, какими пропозициональными схемами

структурируется данная категория. Пропозициональная модель состоит из предиката и аргументов. Она демонстрирует структурированность и системность человеческого знания об окружающем мире, а также отражает закономерности и отношения между предметами этого мира [Манерко, 2000, с. 63].

При помощи пропозиций выявляются основные виды связей между одним предметом и его характеристиками, а также между несколькими предметами. С.А. Жаботинская выделяет следующие базовые фреймы на основе определенных пропозициональных схем: идентификационный, предметный, компаративный, акциональный и поссессивный [Жаботинская, 2010].

Базовые фреймы демонстрируют наиболее распространенные способы категоризации и организации вербализованного содержания. Они включают онтологическую информацию о материальных предметах, их свойствах и отношениях между ними [Жаботинская, 2002].

Родовое понятие (ономасиологический базис), связанное с характеристикой понятия (ономасиологическим признаком) с помощью предиката-связки входит в концептуальную структуру любого многокомпонентного термина. Предикат отображает вид отношений между понятием и его характеристикой.

Рассмотрим пропозициональные модели данной категории в русском языке.

1. Акциональный фрейм (42%, 80 терминологических единиц) представлен следующими пропозициональными схемами:

а) (ТАКОЙ) некто-агенса действует (ТАК / ТАМ / для цели): *инженер по техническому надзору, инженер по наладке и испытаниям, инженер по механизации и автоматизации производственных процессов.*

б) некто-агенса действует на нечто-пациенса / аффектив: *инспектор транспортных средств, заведующий производством.*

2. Предметный фрейм включает 47 терминов (24%) и содержит следующие схемы:

а) качественная – некто есть ТАКОЙ: *автомобильный машинист, автомобильный инженер.*

б) количественная – (ТАКОЙ) некто есть СТОЛЬКО: *слесарь по ремонту автомобилей пятого разряда.*

в) локативная – некто есть ТАМ: *водитель электрогрузчика.*

3. Идентификационный фрейм (18%, 34 терминов) представлен только одной схемой:

а) классификационная – ТАКОЙ некто-идентификатор есть нечто-классификатор: *оператор логистических работ, оператор металлообрабатывающего оборудования, оператор по прессовым работам.*

4. Компаративный фрейм (16%, 31 терминологическая единица) включает следующую схему:

а) схема тождества «некто-компаратив есть (ТАКОЙ) некто-коррелят»: *техник-механик по металлоконструкциям, инженер-технолог по термообработке, инженер-технолог по сборке агрегатов и автомобиля.*

В английском языке анализ материала дал следующие результаты:

1. Акциональный фрейм (51% от терминов данной категории, 108 единиц) представлен следующей пропозициональной схемой:

а) (ТАКОЙ) некто-агенса действует на нечто-пациенса /аффектив (ТАМ / для результата / с помощью... / ТУДА / ТАМ / ТАК): *vehicle inspector, auto body repair technician, auto mechanic.*

2. Предметный фрейм (28%, 59 терминов) содержит следующие схемы:

а) качественная – некто есть ТАКОЙ: *mechanical drafter, electrical engineer, industrial painter and sprayer.*

б) локативная – некто есть ТАМ: *plant manager*.

3) Идентификационный фрейм (20%, 43 термина) представлен только одной схемой:

а) классификационная – ТАКОЙ некто-идентификатор есть нечто-классификатор: *motor vehicle parts technician, windshield repair technician, robotics technician*.

Таким образом, проведенный анализ категории профессионального деятеля в сфере автомобилестроения показал приоритетность акционального фрейма как в русском, так и в английском языке, что объясняется наличием в данной категории терминологических словосочетаний, называющих профессии людей, производящих действие над деталями и частями автомобиля либо участвующих в операциях / технологических процессах на различных этапах создания автомобиля.

Список литературы

1. Голованова, Е. И. Категория профессионального деятеля: Формирование. Развитие. Статус в языке. – Челябинск: Челяб. гос. ун-т, 2004. – 330 с.
2. Жаботинская, С. А. Лингвокогнитивный подход к анализу номинативных процессов // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. – 2010. – №928. – С. 6-20.
3. Жаботинская, С. А. Ономаσιологические модели в свете когнитивных школ современной лингвистики // С любовью к языку: сб. науч. тр. / В. А. Виноградов (отв. ред.). – Москва; Воронеж: ИЯ РАН, Воронежский ГУ, 2002. – С. 115-123.
4. Манерко, Л. А. Язык современной техники: ядро и периферия: монография. – Рязань: РГПУ им. С.А. Есенина, 2000. – 140 с.
5. Моисеев, А. И. Наименования лиц по профессии в современном русском языке (структурно-семантическая характеристика): автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Александр Иванович Моисеев. – Ленинград, 1968. – 27 с.
6. Шкатова, Л. А. Наименования лиц по профессии современного русского языка: дис. ... канд. филол. наук / Шкатова Людмила Александровна. – М., 1967. – 182 с.
7. Шкатова Л. А. Терминологические наименования лиц в русском языке (историко-ономаσιологический анализ): автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Шкатова Людмила Александровна. – Свердловск, 1987. – 32 с.

Н. А. ЛЫСАНОВА
Союз писателей России,
Союз журналистов России
(Челябинск, Россия)

ПОЭТИЧЕСКАЯ РЕЧЬ – ЭТО «ПРОИЗВЕДЕНИЕ ТОНКОЙ АРХИТЕКТУРЫ»

POETIC SPEECH IS – “A WORK OF SUBTLE ARCHITECTURE”

Аннотация

В статье дается анализ стихотворений Н. А. Лысановой «Лето» и «Вот такая явилась зима!», рассматривается их стилистика в многообразии и единстве как выражение идейно-художественных принципов стихосложения. Автор обращает внимание на риторические фигуры, тропы, построение предложений, на другие, не менее важные аспекты, на то, что делает поэтическую речь выразительной и необычной. При анализе стихотворений используются источники по русскому языку и литературоведению.

Автор обращается к разделам языкознания как к науке, использует их в качестве необходимых компонентов для определения образности стихотворчества, выделяя поэтическую речь как необъятный мир человеческих чувств, подчеркивая ее воздействие на человеческое сознание. Создатель стихотворений становится архитектором своих поэтических строк, где он выражает свои чувства так, как подсказывает ему его мироощущение.

Abstract

The article analyzes the poems by N. A. Lysanova "Sammer" and "This is how winter appeared!", considers their stylistics in diversity and unity as an expression of the ideological and artistic principles of versification. The author draws attention to rhetorical figures, tropes, sentence construction, and other, no less important aspects, to what makes poetic speech expressive and unusual. When analyzing the poems, sources on the Russian language and literary criticism are used. The author refers to the sections of linguistics as a science, uses them as necessary components to determine the imagery of poetry, highlighting poetic speech as an immense world of human feelings, emphasizing its impact on human awareness. The creator of poems becomes the architect of feelings in the way that his perception of world prompts him.

Ключевые слова: *стихотворение, стилистика, стихосложение, тропы, риторические фигуры, термины.*

Keyword: *poem, stylistics, versification, tropes, rhetorical figures, terms.*

В давние времена носители языка, проживавшие в разных уголках нашей страны, одно и то же (предмет, явление и т.д.) называли по-разному (спесь – чванство). Конечно, люди желали понять друг друга, им нужны были толкователи, т.е. словари. В конце XIII века в первом русском рукописном словаре-списке поместили небольшое количество слов, которые были взяты из памятников древнерусской письменности. Памятники XI–XVII веков, которые принято объединять в древнерусскую литературу, были созданы разными народами, но в большей части родственными. Древнерусская народность занимала территорию от Киева до Новгорода, просуществовала почти до XIV века и дала начало русским, белорусам, украинцам. В 1596 году вышел первый печатный словарь русского языка (приложение к грамматике Л. Зизания). В него вошло 1061 слово. Средневековая русская литература развивалась с XIV по XVII век. Книгопечатание стало великим открытием человечества. Оно разделило жизнь грамотного населения на две эпохи: жизнь до типографии и жизнь с приобретением печатных источников для последующего развития образования.

Первым нормативным словарем русского языка стал «Словарь Академии Российской», изданный в 1790-1794 гг. (6 т.), он включил в себя 43257 слов. В 1863-1866 годах появился на свет четырехтомный «Толковый словарь живого великорусского языка» В. И. Даля. Словарем мы пользуемся и сегодня, невозможно представить нашу жизнь без этого полезного источника. Большое значение приобрел «Толковый словарь русского языка» под редакцией профессора Д. Н. Ушакова, вышедший в 1935–1940 гг. (4 т.). Однотомный «Словарь русского языка» С. И. Ожегова только с 1949 по 1978 год выдержал двенадцать изданий. Важность словарей не иссякает, значит, и «сила человеческой мысли не в том, что слово вызывает в сознании прежние восприятия, а в том, как именно оно заставляет человека пользоваться сокровищами своего прошедшего» [Потебня, 1988, с. 97].

«Слово, взятое в целом, как совокупность внутренней формы и звука, есть, прежде всего, средство понимать говорящего, апперцепировать содержание его мысли. Мысли говорящего и понимающего сходятся между собой только в слове» [Потебня, 1988, с. 93-94]. «По своей лингвистической природе слово – сложная, многомерная, разноплановая

единица языка, Уже при первой попытке аналитически осмыслить слово становится очевидным присущий ему дихотомизм (греч. *dicha* – две части + *tome* – сечение), легко вычленяемая исконная двусторонняя сущность: с одной стороны – материальное звуковое оформление, с другой – одинаково понимаемый носителями языка, общественно закреплённый за словом смысл» [Фомина, 1983, с. 9]. Эти два высказывания ученых подводят нас к мысли, что слово – это великий дар человечеству. Как разговаривают инопланетяне, если таковые есть на других планетах, мы не знаем, может, телепатически. А у наших слов есть безграничное преимущество – они звучат. Мы их слышим.

Звучание важно для поэтов и писателей. Музыка слова владеют творцы произведений по-разному, есть авторы, которые прекрасно справляются с написанием прозы и поэзии. Произведение становится художественным, когда наполняется образами главных и второстепенных героев, природных явлений, в нем выделяется авторский взгляд на важные вопросы, представлены принципы общества, построение произведения соответствует единству формы и содержания – все это воздействует на читателя. Впечатление на читателя оказывает известность писателя при жизни, но не все писатели и поэты перешагивают свое время. Если их станут читать не одно столетие, то они укрепятся в классиках. Получается, что время и читатели решают вопрос о мировой известности автора. Но бывает и наоборот: писатель второго плана XIX века, так думали о нем критики и современники, в наше время выходит на первый план. Сегодня большой интерес проявляется к произведениям Д. Н. Мамина-Сибиряка, потому что он творил не только для своего времени и заработка, а для будущего. Его произведения читаются легко. Смысл слов понятен, а устаревшие слова, конечно же, доходят до нас на уровне генетической памяти. Героев для книг писателю предоставляла жизнь, они из глубины уральской действительности: злые приказчики, хитрые купцы-торговцы, заводская интеллигенция, артисты любительских театров, учителя... В произведениях нашего летописца замечается концентрация интересных фактов. Всем этим Мамин-Сибиряк интересен сегодня нам. Значит, у произведений есть судьба, как и у слов, ведь одни слова оседают в словарях и извлекаются нами при необходимости, а другие живут сегодня, например, слова *лес, деревья, мир, земля, цветы*. Мы ими пользуемся.

Разумеется, нам нужно следить за уместностью слов, логичностью, соразмерностью, когда мы говорим или пишем. Существуют профессии (лектор, ученый, диктор, учитель и т.д.), которые обязывают человека употреблять правильный русский язык: соблюдать его точность, чистоту, пользоваться краткостью, богатством, выразительностью. А. П. Чудинов считает, что «специальные языковые средства воздействия на чувства и умы человека подразделяются в риторике, как и в поэтике, на фигуры и тропы. ... Термин *фигура* перенесен античными учеными в риторику из искусства танца: риторическая фигура – это необычный поворот речи, предназначенный для ее украшения, усиления эмоционального воздействия. ... Троп – это необычное употребление одного слова, образное его использование, которое также способно служить украшением речи; прямое значение в подобных случаях становится лишь фоном, оттеняющим специфику нового употребления. Термин троп восходит к латинскому глаголу со значением «поворачивать»: в данном случае «поворачивается», изменяется значение слова» [Чудинов, 1995, с. 73].

Поэтическая речь является самой выразительной. «Поэзия – это мышление образами. Умение увидеть и показать мир с неожиданной стороны, непривычное в привычном. ... Умение располагать слова так, чтобы в них одновременно мерцали, просвечивали одно сквозь другое несколько значений. ... Все мы находимся во власти родного языка. Но поэт еще и сам в известном смысле берет на себя функцию народа: отбирает слова, вводит новые, меняет их значения, правила их соединения. Говорят еще, что поэзия – это высшая форма существования языка» [Баевский, 1994, с. 4].

Когда мысли поэта собираются в пучок, и он слышит музыку каждого слова, то вряд ли он думает в это время о выразительных средствах, его задача – записать возникающие в голове строки. Он не думает о правильном порядке слов в предложении, занят рифмой, если это не верлибр или белый стих, где в основе ритм, потому инверсия у поэта – обычное дело. «Инверсия – расположение членов предложения в особом порядке, нарушающем прямой порядок, с целью усилить выразительность речи» [Розенталь, 1995, с. 208]. Автор в момент написания строк поэтически окрылен, он чувствует не только звучание каждого слова, а его тембр, вибрацию, вокруг стихотворца возникает энергетическое поле, в котором происходит великое таинство преображения слов. Поэзия – это необъятное пространство, в него могут войти многие, но выйти не каждый сможет. Остаются именно те, кто вырастает в него с головы до пят, кто способен воспринимать загадочную энергию. Как тут не вспомнить притчу о греческом поэте по имени Ивик, ведь ему за его искусство предлагали стать царем, но он пожелал остаться бродячим певцом, т.е. остался в энергетическом поле поэзии.

Любой язык развивается. Изменения в нем происходят незаметно, но постоянно. Бывало и так, что он делал рывок в связи с какими-то глобальными изменениями в обществе или мире, набирал силу. Люди, постоянно пользуясь языком, не задумываются, как он устроен, слово для них – средство для достижения личных целей. А для лингвистов язык – это объект для научных исследований. Ученые работают над монографиями, словарями, учебниками, производят анализ языка, опираясь на основные понятия, нормы, приемы исследования, методику. Сегодня все языки развиваются быстро. И русский язык. Вокруг нас происходят небывалые изменения. И это отражается на самом слове. Но это не значит, что весь строительный материал, т.е. слова, циркулирующие вокруг нас, нужно притягивать в книги. Много мусора в языке, надо об этом помнить.

Меньше всего подвержена подобным изменениям все-таки лирическая поэзия, потому что она все о том же – о чувствах героя, красоте природы, страданиях, одиночестве, любви, муках созидания. Однако в поэтических произведениях образные слова часто не соответствуют принятым нормам в языке, а помимо тропов и риторических фигур в них наблюдается еще соразмерность обычных и образных слов. У поэтического слова есть яркая внутренняя форма, она видоизменяется по законам словесного искусства и литературных традиций, а не по основным нормам и понятиям языка.

Рассмотрим лирическое стихотворение «Лето» Н. А. Лысановой, работая со словарями и справочниками, узнаем, какие средства выразительности использовал автор при его написании. При анализе стихотворения рассматриваются его стилистика как многообразие и единство выразительных средств, выражение идейно-художественных принципов.

Лето

Зачем-то лето липнет к паутинке a

И зависает в ней нога'ми? b

Пока висит – тропинки ночью в инее, a

А утром росы с мокрыми глазами. b

Зачем-то жарит, не давая продыху,

Сгущая воздух до густой шипучки?

Вдруг старабанит ливнем к вывиху,

Ногой своей запутавшись в липучке.

Зачем-то дразнит птиц и белочек:

Играет, брызгает повсюду пятнами?

Целует в губы повзрослевших девочек,

Целует в щеки их лучами мятными. [Лысанова, 2021, с. 65]

«Лирика – один из трех основных родов поэзии (+эпос и драма). ... В центре лирического переживания находится конкретный лирический субъект, герой, который является выразителем эмоциональной, психологической напряженности внутреннего лирического сюжета стихотворения» [Казарин, 2007, с. 118]. Чаще лирическим героем становится сам автор. В данном стихотворении говорится о лете. Автор передает свое восприятие лета, слова его способны возбуждать сходные, может, даже чуть иные мысли и эмоции у читателя – это тоже хорошо, у каждого человека свой внутренний чувственный мир.

На что сразу же обращает внимание читатель при чтении стихотворения? На то, что лето в поэтических строчках оживает: *оно липнет к паутине, зависает ногами, висит, жарит, не давая продыху, сгущая воздух, старабанит ливнем, запутавшись в липучке, дразнит птиц и белочек, играет, брызгает, целует*. «Олицетворение или Прозопопея – один из приемов художественного изображения, состоящий в том, что животные, неодушевленные предметы, явления природы наделяются человеческими способностями и свойствами: даром речи, чувствами и мыслями» [Тимофеев, 1963, с. 100]. Также украшают стихотворение эпитеты. «Эпитет (греч. ἐπιϋερον – приложение) – в собственном смысле, образная характеристика какого-либо лица, явления или предмета посредством выразительного метафорического прилагательного. Э. нельзя смешивать с определительными прилагательными» [Квятковский, 1966, с. 359]. Находим яркий эпитет – *лучами мятными*. Еще одним украшением поэтической речи является метафора: *А утром росы с мокрыми глазами <...> Сгущая воздух до густой шипучки* (обилие ароматов и запахов). «Метафора (от гр. μεταφορα – перенос) – один из основных поэтических тропов: употребление слова в переносном его значении для определения какого-либо предмета или явления, схожего с ним отдельными чертами или сторонами» [Тимофеев, 1963, с. 83].

В двух последних строках «Лета» повторяется слово целует – словесный повтор, который усиливает значение слова: происходит дублирование слова в одной и той же форме и в одном и том же значении. «Параллелизм – одинаковое синтаксическое построение предложений или отрезков речи» [Розенталь, 1995, с. 207]. «Достаточно эффективным средством воздействия является повтор однокоренных слов» [Чудинов, 1995, с. 75]. В стихотворении «Лето» есть такие однокоренные слова – *зависает, виснет, липнет, в липучке*.

Замечается присутствие вопросительных предложений: *Зачем-то лето липнет к паутине/ И зависает в ней ногами? <...> Зачем-то жарит, не давая продыху,/ Сгущая воздух до густой шипучки? <...> Зачем-то дразнит птиц и белочек:/ Играет, брызгает повсюду пятнами?* «Риторический вопрос (от гр. ρητορ – оратор) – одна из стилистических фигур: оборот поэтической речи, состоящий в высказывании утверждения в вопросительной форме» [Тимофеев, 1963, с. 130]. Заметим, что «риторический вопрос – стилистическая фигура, состоящая в том, что вопрос ставится не с целью получить на него ответ, а чтобы привлечь внимание читателя или слушателя к предмету речи» [Розенталь, 1995, с. 209]. Но иногда ответ сам напрашивается. Находим тире в строке: *Пока висит – тропинки ночью в инее* (становятся, появляются). «Эллипсис – пропуск элемента, легко восстанавливаемого в контексте» [Чудинов, 1995, с. 77]. Каждый может поставить здесь свое слово. Это тоже своеобразное воздействие на читателя. А какую еще функцию выполняет эллипсис? «Эллипсис – пропуск какого-либо подразумеваемого члена предложения с целью придать высказыванию, динамичность, интонацию живой речи, художественную выразительность» [Розенталь, 1995, с. 208].

В стихотворении есть простые предложения, осложнены они однородными сказуемыми: *Зачем-то лето липнет к паутине/ И зависает в ней ногами? <...> Зачем-то дразнит птиц и белочек:/ Играет, брызгает повсюду пятнами?* «Однородными называются члены предложения, выполняющие одинаковую синтаксическую функцию и совместно относящиеся к одному и тому же подчиняющему либо подчиненному члену предложения в целом»

[Русский язык, 1988, с. 332]. У однородных глаголов в стихотворении не только одинаковая синтаксическая функция, но и выразительная, которая усиливает необычный образ лета. Читатель явно представляет живое лето, которое очень подвижно и с ним происходят маленькие истории. Образ лета собирательный. А «основным средством выражения однородности являются интонация и сочинительные союзы» [Русский язык, 1988, с. 333]. Имеются в стихотворении предложения с однородными деепричастными оборотами и единичным деепричастным оборотом: *Зачем-то жарит, не давая продыху,/ Сгущая воздух до густой шипучки? <...> Вдруг старабанит ливнем к вывиху,/ Ногой своей запутавшись в липучке.* В этих предложениях деепричастные обороты, усиливают основное глагольное действие, т.е. многообразие каких-либо свершений самого лета, укрепляется образность активного сезона в природе. И синтаксис несет своеобразное значение, добавляет краски произведению, а знаки препинания напоминают нам о выразительности при чтении. Предложение – это ведь не только единица речи, которая несет определенную информацию, но это еще единица мысли у стихотворца, оформленная поэтически. А язык – это отличнейшее средство, чтобы выразить свои мысли, но надо найти такую оригинальную форму для выражения, чтобы убедить читателя, что лето именно такое и было, каким его увидел и нарисовал поэт. Язык, мысль и слово – это мощный, сложный и необычный инструмент для поэтического описания окружающего мира, это не только изящный, но и гибкий инструмент, он создает, маневрируя, окрашенные значения слов и предложений, а они все разные: отвлеченные и конкретные, общие и индивидуальные, нейтральные и эмоциональные. Но все они возникли из одного поэтического пространства, наполненного радужной энергией.

Напомню, что «осложнение предложения может быть связано со смысловым и ритмико-интонационным выделением в нем второстепенных членов, которые формально связаны с одним компонентом, а по смыслу с двумя и выражают добавочное сообщение или уточнение. Такие члены предложения называются обособленными. ...Существенную роль играет и способ выражения этих членов предложения: чаще всего обособляются те из них, которые выражены деепричастиями, причастиями, именами прилагательными и существительными с зависимыми словами и без них, т.е. частями речи, способными быть носителями предикации» [Русский язык, 1988, с. 338]. Предикат – предмет суждения, субъект, отсюда – предикация, и все перечисленные по этому поводу члены предложения несут такую нагрузку. В русской пунктуации употребляются десять знаков: точка, точка с запятой, запятая, двоеточие, тире, вопросительный знак, восклицательный знак, многоточие, скобки, кавычки. Эти знаки давным-давно прижились и в стихосложении. Часто учителя школьникам повторяют, что синтаксис – душа предложения. Так и есть, но если это поэзия, то синтаксис – душа строк.

Теперь обратимся к цезуре. «Цезура – пауза в метрическом стихе, разделяющая его на две части и более. Цезура, делящая стих на две равные части, называется большой» [Казарин, 2007, с. 140]: *Зачем-то\лето\липнет\к паутине...* «Различают малую цезуру, отделяющую в стихе одно слово от другого...» [Тимофеев, 1963, с.174]. Паузы большие и маленькие при чтении необходимы для выразительности. Значение имеют и рифмы. В «Лете» – перекрестные. Они рифмуют первую и третью, вторую и четвертую строки и т.д. (по схеме – ab, ab). Читаются такие строки свободно и легко. Мы знаем, что рифмы бывают мужские с ударением на последнем слоге в строке и женские с ударением на втором от конца строки слоге. В стихотворении «Лето» – женская рифма. Она более мягкая, нежная, ласковая. Написано «Лето» ямбом: *Заче'м-то дра'знит пти'ц и бе'лочек.* «Ямб (гр.jambos, от jambike – фракийский музыкальный инструмент) – в русском стихосложении двустопная стопа, в которой ударение падает на второй слог» [Тимофеев, 1963, с. 187]. Без сомнения, ямб очень выразительный. «Из ямбических размеров самый излюбленный в русской поэзии – четырехстопный Я» [Квятковский, 1966, с.363].

Вдруг старабанит ливнем к вывиху. «Старабанит» – просторечное слово, особенное украшение, оно усиливает образное представление о происходящем в природе. У Ожегова: «Тарабанить, -ню, -нишь; несов, (прост.). Стучать, долбить» [Ожегов, 1988, с. 644]. А у Даля слово многозначное: «1. Тарабанить (тарбанить) что, ол. Тащить, волочить, таранить, переть. [2. Тарабанить см. тарабань]. Тарабань [м.] юж.зап. барабань, откуда тарабанить, тарабарить ипр., [бить въ барабань, барабанить] || Распускать вѣсти кур. Опд.» [Даль, 1998, с. 723]. Какая смелость и красота! Получается, лето и дождь распускают вести! «Стихотворчество – занятие древнейшее. И поэт, естественно, – представитель самой древней профессии, существовавшей как в родовых, так и в родовых социальных формах коллективной жизни и деятельности человека. Стихотворение, а затем и стихописание – это определенные стадии развития языковой способности (как ядра языковой личности) человека» [Казарин, 2007, с. 5]. Поэт – ядро языковой личности.

Обратим внимание еще на одно стихотворение этого же автора. В нем, помимо тех же риторических фигур и тропов, которые разбирались в предыдущем произведении, имеются риторическое восклицание, умолчание, метонимия, фразеологизм.

Вот такая явилась зима!

*Коготочками
Чешет сточные
Трубы ветер,
Несущий снег.
Снег бессточными
Мажет точками
Стекла свечек
Ресницами век.
У снежинок
Бывают пролеты.
Им, без спинок,
Мешают просчеты.
Им, без визы,
Тревожат сердца
Кривые карнизы.
Солнце ниже...
Раз, два, три... –
До ступень, до крыльца.
Пу-зы-ри!
На карнизах –
Блестящие лужицы.
Значит, так? Ах!
Влагой стужатся.
Огорчается ветер,
Не кружится,
Раздувая сердца.
Растекается пепел.
Выплаканы глаза...
Это осени слезы.
Пожалели ее морозы.*

Вот такая явилась зима. [Лысанова, 2021, с. 66]

«Риторическое восклицание – одно или несколько предложений, предназначенных для эмоционального воздействия на слушателей» [Чудинов, 1995, с. 82]. *Вот такая яви-*

лась зима! – название стихотворения. Сразу восторг! *Пу-зы-ри!* – замедленное с дефисами восклицание – внимательное наблюдение за природой. *Ах!* – междометие, этим уже все сказано. «Умолчание – оборот речи, заключающийся в том, что автор намерено не до конца выражает мысль, предоставляя читателю или слушателю самому догадаться о невысказанном» [Розенталь, 1995, с. 209]. Умолчания в стихотворении: Солнце *ниже...* / *Раз, два, три...* <...> *Выплаканы глаза...* «Метонимия – перенос значения по смежности, т.е. сближение по месторасположению, времени, причинно-следственным связям и т.п. По словам Л. А. Новикова, в данном случае «обозначаемый предмет наделяется здесь свойством своего «соседа», с которым он тесно связан» [Чудинов, 1995, с. 86]. В стихотворении: *Коготочками* (замерзающими каплями дождя) / *Чешет сточные* / *Трубы ветер* / *Несущий снег* / *Снег бессточными* / *Мажет точками* (без стока, замерзшие дождевики) / *Стекла свечек* (окна с ярким отражением) / *Ресницами век*, (узорами на снежинках). Метафору и метонимию принято считать главными средствами создания образности, но в отличие от метафоры метонимия не дает сходства двух предметов, явлений, признаков, она представляет их сжатое описание, выделяя характерный признак.

Выплаканы глаза – это фразеологизм. «Выплакать [проплакать] <все> глаза. Очень много и часто плакать» [Словарь, 1986, с. 95]. Так красота русской природы и чувства человека объединяются при помощи слов. И еще: стужатся – авторская форма слова.

Нам знакомы разделы языкознания со школьной поры. Каждый раздел изучает отдельное явление науки, познанию их способствуют словари (энциклопедические, лингвистические). Занимается изучением словарей лексикографика – тоже раздел языкознания. Лексикографика дружит с терминоведением. В науке существуют разные точки зрения, важную информацию приводят в порядок, обозначая понятия терминами, которые размещены в словарях, справочниках, учебниках. «Но взятые сами по себе, слова не выражают мысли, они составляют достояние словаря, являются строительным достоянием для предложения. А вот включенные в предложение, приобретая нужную форму, расставленные в надлежащем порядке, они отвечают своему назначению – выражать мысли, чувства, волю. И далеко не безразлично, какое здание строится из этого материала – стандартный блочный дом или произведение тонкой архитектуры» [Розенталь, 1995, с. 200]. Поэтическая речь – это «произведение тонкой архитектуры». Любой словарь – это целая Вселенная, наука языкознание – планета, разделы языкознания – материки. А поэзия – моря, океаны, реки, озера. Это водная стихия, чистая и прозрачная, несущая в своих молекулах невообразимую информацию. Она необходимая для существования жизни на планете.

Список литературы

1. Баевский, В.С. История русской поэзии: 1730–1980 гг. Компендиум. – Смоленск, Русич, 1994. – 304 с.
2. Даль, В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: В 4 т. Т. 4: С–V / Под ред. проф. И.А. Бодуэна де Куртенэ. – М.: ТЕРРА – Книжный клуб, 1998. – 864 с.
3. Казарин, Ю. В. Просодия: Учебное пособие. – Екатеринбург: ИД «мАрАфон», 2007. – 156 с.
4. Квятковский, А. Поэтический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1966. – 376 с.
5. Лысанова, Н. А. «Лето», «Вот такая явилась зима!» (стихотворения). – В кн. Продолжение следует...: антология произведений писателей Челябинской области. / ред.-сост. О. Павлов, В. Курбатов. – Челябинск: Изд-во ЧО СП РФ «Павлин», 2021. – 192 с.
6. Ожегов, С. И. Словарь русского языка // Под ред. чл.-корр. АН СССР Н. Ю. Шведовой. – М.: Рус. яз, 1988. – 750 с.
7. Потебня, А. А. Мысль и язык. – Киев: СИНТО, 1993. – 191 с.

8. Розенталь, Д. Э. и др. Русский язык для школьников 5–9 классов. Путешествие в страну слов / Д. Э. Розенталь, И. Б. Голуб, Н. Н. Кохтев // Учебное пособие. – М.: Дрофа, 1995. – 400 с.

9. Современный русский литературный язык: Учеб. для филол. спец. пед. ин-тов/ П. А. Лекант, Н. Г. Гольцова, В. П. Жуков и др. // Под ред. П.А. Леканта. – М.: Высш. Школа, 1988. – 416 с.

10. Тимофеев, Л. и Венгров Н. Краткий словарь литературоведческих терминов / Л. Тимофеев, Н. Венгров. – М.: Государственное учебно-педагогическое издательство Министерства просвещения РСФСР, 1963. – 194 с.

11. Фомина, М.И. Современный русский язык. Лексикология // Учебник для ин-тов и ф-тов иностр. яз. – М.: Высшая школа, 1983. – 335 с.

12. Фразеологический словарь русского языка./ Под ред. А. И. Молоткова. – М.: Русский язык, 1986. – 544 с.

13. Чудинов, А. П. Умение убеждать: практическая риторика: Учебное пособие // Уральский пед. Ун-т. – Екатеринбург, 1995 – 91 с.

А. Ю. МАМЕДОВА, И. А. ШЕВЕЛЕВА

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского,
(Брянск, Россия)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЯЗЫКОВЫХ КОРПУСОВ НА УРОКАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА КАК СРЕДСТВО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ НАВЫКОВ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧАЩИХСЯ СТАРШЕЙ ШКОЛЫ

THE USE OF LANGUAGE CORPORA IN ENGLISH LESSONS AS THE MEANS OF IMPROVING THE RESEARCH SKILLS OF HIGH SCHOOL STUDENTS

Аннотация

В статье рассматривается важность совершенствования навыков исследовательской деятельности обучающихся старшей школы. Упоминаются государственные документы, регулирующие организацию учебно-исследовательской деятельности. Приводится понятие языкового корпуса. Описываются преимущества использования корпусного подхода в процессе совершенствования навыков исследовательской деятельности на уроках английского языка в старшей школе. Рассматривается работа с Корпусом современного американского английского языка (COCA). В ходе исследования предлагаются возможности использования COCA для организации учебно-исследовательской деятельности на материале словообразования существительных.

Abstract

The article discusses the importance of improving the research skills of high school students. State documents regulating the organization of educational and research activities are mentioned. The concept of a language corpus is given. The advantages of using the corpus approach in the process of improving research skills in English lessons in high school are described. The work with the Corpus of Modern American English (COCA) is highlighted. The study suggests the possibilities of using COCA for organizing educational and research activities based on the material of word formation of nouns.

Ключевые слова: английский язык, корпусная лингвистика, языковой корпус, исследовательская деятельность, словообразование, старшая школа

Keywords: English, corpus linguistics, language corpus, research activity, word formation, high school

Инновации в современном школьном образовании подвергают изменению не только процесс обучения старшеклассников, но и его цели, а также пути их реализации.

Такие государственные документы как Федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования [6], Проект «Образование 2030» [3], Проект документа «Ключевые направления развития российского образования для достижения целей и задач устойчивого развития в системе образования» до 2035 г. [2] акцентируют важность формирования выпускника, способного обучаться в течение всей жизни, мыслить креативно, находить необычные решения проблем.

Кроме получения знаний, время обучения в старшей школе должно быть нацелено на развитие у обучающихся таких навыков и компетенций, делающих возможным для выпускника действовать максимально результативно в условиях постоянно изменяющегося пространства. Информационное поле, окружающее современного школьника, требует формирования навыков работы с информацией, научной литературой.

Вовлечение обучающихся старшей школы в исследовательскую деятельность способствует совершенствованию навыков работы с информацией.

При организации учебно-исследовательской работы старшеклассников на уроках английского языка целесообразно использовать всевозможные электронные ресурсы. В частности, применяя электронные языковые корпуса, обучающиеся могут сами исследовать определенные языковые явления и делиться результатами своей работы с другими, что делает приобретенные знания более ценными.

Лингвистические корпуса обладают огромным эвристическим, дидактическим и методологическим потенциалом.

Под лингвистическим корпусом понимают массив текстов, собранных в единую систему по определенным признакам (языку, жанру, времени создания текста, автору и т. п.) и снабженных поисковой системой [Сысоев, 2010, с. 99].

В. В. Рыков полагает, что, предлагая обучающимся корпус образцовых, традиционных текстов, учитель ориентирует их на усвоение и использование корпусов как прототипа для последующих речевых действий в определенных условиях коммуникации [Рыков, 1996, с. 46].

Насколько речевое высказывание обучающегося будет соответствовать нормам изучаемого языка, напрямую зависит от использования корпуса аутентичных текстов.

Отметим, что по мнению О. С. Квашниной, педагог должен заблаговременно проанализировать все данные поиска в языковом корпусе, прежде чем предлагать его учащимся в качестве дидактического материала. Также ему необходимо заранее определить, какие именно задачи будут решаться с помощью того или иного корпуса, и понять, подходит ли подобная методика для работы в группе учащихся определенного возраста и с определенным уровнем владения языком [Квашнина, 2013, с. 82].

Федеральная рабочая программа среднего общего образования по английскому языку [6] четко определяет планируемые результаты освоения данной программы.

Среди планируемых предметных результатов обратим внимание на умение распознавать и употреблять в устной и письменной речи родственные слова, образованные с использованием аффиксации. Сравним Федеральную рабочую программу основного общего образования [7] и Федеральную рабочую программу среднего общего образования

по английскому языку [8] нами были выделены способы словообразования, являющиеся для обучающегося старшей школы новыми, например, образование имен существительных при помощи суффиксов *-ance/-ence*, *-ist*, *-ity*, *-ment*, *-ness*.

Рассмотрим возможности использования сайта Корпуса современного американского английского языка (СОСА) для совершенствования навыков исследовательской деятельности на материале словообразования имен существительных при помощи суффикса *-ness*.

Задание для обучающихся сформулируем таким образом: на основе данных Корпуса современного американского английского языка выведите алгоритм образования имен существительных с суффиксом *-ness*.

Выберем раздел поиска «*Browse/Random*» и введем в поисковую строку «*Word form*» (рис. 1) «**ness*». Отметим галочкой, что нас интересуют только имена существительные.

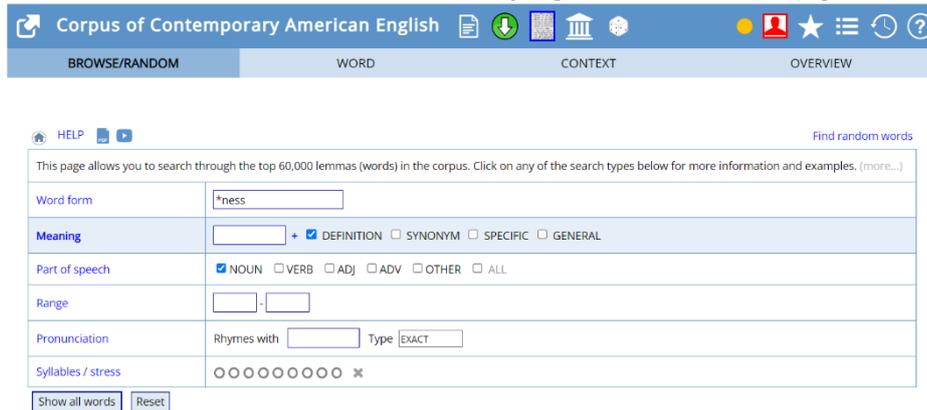


Рис. 1 – Использование сайта СОСА для поиска существительных с суффиксом *-ness*

Под окном поиска нам открывается список слов, соответствующих нашему запросу (рис. 2). Нажимая на каждое слово мы можем посмотреть о нем более подробную информацию (рис. 3).



Рис. 2 – Список наиболее употребляемых существительных с суффиксом *-ness*



Рис. 3 – Подробная информация о существительном *darkness*

Обратим внимание на пункт «*Related words*» (рис. 3), в первую очередь упоминается слово «*Dark*», которое является именем прилагательным. Проанализировав остальные прилагательные из списка (рис. 2), учащиеся приходят к выводу, что существительные с суффиксом *-ness* образуются путем прибавления данного суффикса преимущественно к именам прилагательным.

Таким образом, исследовательская деятельность является одним из ведущих способов развития заинтересованности обучающихся старшей школы в английском языке. Благодаря внедрению элементов работы с электронным языковым корпусом, обучающиеся осуществляют самостоятельный поиск и анализ информации. Кроме того, благодаря корпусам текстов значительно повышается эффективность усвоения языкового материала.

Использование электронных корпусов на уроках английского языка – современное направление, отвечающее требованиям ФГОС. Несмотря на то, что применение элементов корпусной лингвистики требует тщательной подготовки педагога по созданию идеальных условий для самостоятельной работы обучающихся, данный вид совершенствования навыков исследовательской деятельности обладает огромным педагогическим потенциалом.

Список литературы

1. Квашнина О. С. Вопросы использования корпусных данных и методов в обучении иностранным языкам // Филологические науки: вопросы теории и практики. – 2013. – № 8 (26). – С. 81-83.
2. Проект документа «Ключевые направления развития российского образования для достижения целей и задач устойчивого развития в системе образования» до 2035 г. // Федеральный институт развития образования [официальный сайт]. – URL: <http://edu2035.firo-nir.ru/index.php/stati-opublikovannye-uchastnikami-soobshchestva/86-klyuchevye-napravleniya-2035> (дата обращения: 18.06.2024).
3. Проект «Образование 2030» // Федеральный институт оценки качества образования [официальный сайт]. – URL: <https://fioco.ru/Contents/Item/Display/2201455> (дата обращения: 18.06.2024).
4. Рыков В. В. Корпусная лингвистика (научно-аналитический обзор) // Социальные и гуманитарные науки: Зарубежная литература. М.: ИНИОН, 1996. – № 4. – С. 43-51.
5. Сысоев П. В. Лингвистический корпус в методике обучения иностранным языкам // Язык и культура. – 2010. – № 1 (9). – С. 99-111. – Текст: непосредственный.
6. ФГОС среднего общего образования, утвержден Приказом Минобрнауки РФ от 17.05.2012 № 413 // Национальная ассоциация развития образования и науки [официальный сайт]. – URL: <https://fgos.ru/fgos/fgos-soo/> (дата обращения: 19.06.2024).
7. Федеральная рабочая программа основного общего образования. Иностранный (английский) язык. – Текст: электронный. // Единое содержание общего образования [официальный сайт]. – URL: https://edsoo.ru/wp-content/uploads/2023/08/03_frp_anglijskij-yazyk_5-9-klassy-1.pdf
8. Федеральная рабочая программа среднего общего образования. Иностранный (английский) язык (базовый уровень). – Текст: электронный. // Единое содержание общего образования [официальный сайт]. – URL: https://edsoo.ru/wp-content/uploads/2023/08/4_frp-angl-yaz_10-11-klassy_baza.pdf

А. А. МЕНЬШЕНИНАЮжно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет
(Челябинск, Россия)**ПОНЯТИЕ И ЦЕЛИ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ НАУЧНЫХ ЗНАНИЙ****THE CONCEPT AND GOALS OF POPULARIZATION OF SCIENTIFIC
KNOWLEDGE****Аннотация**

Данное исследование посвящено анализу различных подходов, с помощью которых возможно дать определение термину «научная популяризация» и выделить главные направления данного рода деятельности. Основной акцент делается на анализе целей, задач и функций, стоящих перед популяризатором науки, а также инструментов, используемых для повышения интереса к научным знаниям. Особое внимание уделяется рассмотрению Законодательства РФ, в котором регулируется данная сфера. Уделяется особое внимание способу подачи научных знаний различным целевым группам слушателей. В статье подробным образом изложены фундаментальные принципы, на которые опирается популяризация науки, а также анализируются такие ее типы, как образовательный и развлекательный, что дает возможность в полной мере осознать их значимость и вклад в развитие современного общества.

Abstract

This study is devoted to the analysis of different approaches that can be used to define the term “science popularization” and to identify the main directions of this kind of activity. The main emphasis is placed on the analysis of goals, tasks and functions facing the popularizer of science, as well as the tools used to increase interest in scientific knowledge. Special attention is paid to the consideration of the legislation of the Russian Federation, which regulates this sphere. Special attention is paid to the way of presenting scientific knowledge to different target groups of listeners. The article details the fundamental principles on which the popularization of science is based, and also analyzes such types of popularization as educational and entertainment, which makes it possible to fully understand their significance and contribution to the development of modern society.

Ключевые слова: популяризация, популяризация науки, научное знание, наука, цель популяризации, функции популяризации, задачи популяризации.

Keywords: popularization, popularization of science, scientific knowledge, science, purpose of popularization, functions of popularization, tasks of popularization.

Термин «популяризация науки» в России появился во второй половине XVII – первой половине XVIII века, что связано с первыми публикациями, авторы которых стремились просветить широкую аудиторию путем объяснения сложных научных терминов и явлений более простым и доступным языком понятным различным группам слушателей. Цель данных работ заключалась непосредственно в донесении понятно изложенной научной информации любому заинтересованному человеку, который смог бы ее понять и усвоить.

Связано развитие популяризации науки в России главным образом с необходимостью распространения научных знаний на максимально возможную аудиторию в самых разных слоях населения.

Данные знания должны были служить основой для развития промышленности, экономики, медицины, юриспруденции на различных уровнях и в разных сферах обществен-

ной жизни. Учеными проводились исследования, формулировались выводы и писались научные работы, но в силу специфики терминологии они были доступны для понимания только в среде таких же ученых, в то время как знания требовались и широким массам. Именно в данный момент возникает необходимость в популяризации науки для просвещения общества.

В России основным инструментом, с помощью которых осуществляется популяризация научных знаний являются СМИ (средства массовой информации), которые эволюционировали в соответствии с технологическим прогрессом и изменениями в обществе. Это включает в себя все, начиная от традиционных журналов и газет, радиовещания, и до современных телевизионных передач, подкастов и социальных медиа. Но переход к рыночной экономике в конце XX века негативно сказался на процессе популяризации науки.

В настоящее время сформирована законодательная база, с помощью которой происходит процесс формирования развивающей среды (создание внешних и внутренних условий) для взаимодействия в научной среде.

Среди актуальных нормативно-правовых актов можно перечислить следующие:

- концепция общенациональной системы выявления и развития молодых талантов (утверждено Президентом РФ 03.04.2012 № Пр-827),
- Указ Президента Российской Федерации от 01.12.2016 г. № 642 «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации»,
- Приказ от 08.02.2019г. № 40 Об утверждении плана деятельности Федерального Агентства по делам молодежи на период 2019-2024 гг.,
- Распоряжение Правительства РФ от 13.02.2019 № 207-р (ред. От 31.08.2019 «Об утверждении Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года»), Основы законодательства Российской Федерации о культуре (утв. ВС РФ 09.10.1992 № 3612-1) (редакция от 01.04.2020), Министерство экономического развития.
- Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации до 2036 г., Указ Президента РФ от 21.07.2020 № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» [Самсонова, 2023, с. 120].

Рассмотрим разные определения понятия «популяризация науки».

По мнению исследователя Т.Ю. Васильевой, процесс популяризации науки заключается в том, чтобы распространить максимально понятно, ясно и доступно научные знания на широкую аудиторию [Васильева, 2015, с. 460]. Основная задача заключается также в объяснении значимости научных достижений и их роли в развитии общества [Васильева, 2015, с. 458]. Это утверждение полностью соотносится с одной из целей федерального закона, которая гласит, что язык человека, занимающегося популяризацией, должен выделяться своей выразительностью, доступностью и образностью, популяризатор приводит понятные примеры, помогающие в понимании.

Как считает Е.С. Поданева, научная популяризация призвана осознать современные тенденции, проблемы и способы адаптации к последствиям НТП, донести в понятной и доступной форме научные знания до любого, кто хочет понять [Поданева, 2017, с. 54].

Процесс научной популяризации может быть описан как трансформация от сложного языка ученых в язык, который будет понятен и неспециалисту.

И.В. Ставров говорит о том, что суть популяризации науки состоит в том, чтобы донести большинству людей знания о научных достижениях в простой и понятной форме. Другими словами, это интерпретация на доступный язык результатов научных исследований [Ставров, 2015, с. 3].

Е.Е. Макарова говорит о том, что популяризация науки дает доступ к пониманию материалов научных исследований для массовой аудитории, используя современные и

понятные формы представления информации, с учетом того, что эта аудитория обладает достаточным уровнем подготовки для восприятия подобной информации [Макарова, 2013, с. 98]. Е.Е. Макарова также акцентирует внимание на ряде ключевых функций, которые выполняет популяризация науки [Макарова, 2013, с. 99]. В первую очередь, это распространение научного подхода. Во-вторых, важным аспектом является представление научных знаний в понятной и доступной форме. Также популяризация науки играет ключевую роль в создании образа науки как захватывающей и важной области человеческой деятельности.

По мнению Везетиу Е.В., процесс популяризации науки является сложным и многоаспектным. В данном процессе заинтересованы не только ученые, но и государство [Везетиу, 2023, с. 91]. Исследователи, стремясь продемонстрировать значимость и прикладное значение своих исследований, играют ключевую роль в этом процессе. Государственные органы также активно вовлечены, поскольку повышение научной грамотности и осведомленности граждан является стратегически важной задачей для формирования интеллектуального потенциала нации. Работодатели, испытывающие потребность в высококвалифицированных специалистах, поддерживают инициативы, направленные на популяризацию науки, видя в этом залог успешного функционирования и инновационного развития своих предприятий. Наконец, само общество, стремясь к получению новых знаний и удовлетворению потребности в личностном росте и самосовершенствовании, является важным ключевым звеном этого процесса. Важно добавить, что популяризация научных знаний способствует общему прогрессу и развитию общества.

Популяризация науки выполняет ряд важных функций, но прежде всего она способствует формированию положительного образа науки, которая воспринимается как одна из ключевых и увлекательных сфер человеческой деятельности. Также она играет важную роль в передаче научных знаний, представляя их в доступной и понятной форме для широкой аудитории. Наконец, популяризация активно продвигает научное мировоззрение, что способствует развитию критического мышления и углублению понимания окружающего мира [Везетиу, 2023, с. 91].

Для эффективного выполнения данных функций популяризация науки опирается на несколько принципов, которые необходимо охарактеризовать [Везетиу, 2023, с. 91]:

1) когнитивная прозрачность информации, что означает важность не только демонстрации результатов научных исследований, но и объяснения методологических подходов и процессов, которые привели к полученным результатам. Такой подход дает возможность аудитории лучше понять контекст и значимость научных открытий.

2) Стимулирующая подача материала: информация должна быть представлена таким образом, чтобы вызывать интерес и мотивацию изучения у аудитории, тем самым стимулируя более глубокое вовлечение и интерес к изучению науки.

3) Научная достоверность: представляемая информация должна быть актуальной, проверенной и систематизированной для обеспечения высокого уровня научной точности.

4) доступность информации: научные данные должны быть адаптированы к возрасту, образовательному уровню и другим характеристикам целевой аудитории, что обеспечивает более легкое восприятие.

А.Ю. Питерова выделяет следующие инструменты, которые способствуют повышению интереса общественности к науке и делают науку доступной и интересной для различных слоев общества [Питерова, 2011 с. 91]:

- 1) образовательные мероприятия, направленные на популяризацию науки;
- 2) проекты, конкурсы, лекции, семинары и круглые столы для широкой аудитории;
- 3) организация музейных экспозиций, связанных с научными открытиями;

- 4) дискуссии на различных площадках в социальных сетях;
- 5) форумы и конференции, способствующие повышению уровня образования как среди профессионалов, так и любителей;
- 6) публикация докладов и статей в различных журналах;
- 7) ведение блогов и подкастов в сети интернет, в которых ученые и популяризаторы науки могут делиться результатами своей работы;
- 8) организация дней открытых дверей с целью показать изнутри работу НИИ и учреждений, где исследователи осуществляют научные разработки

Популяризация науки является приоритетной задачей современности, направленной на обеспечение качественного и устойчивого развития общества. В данный процесс могут быть включены распространение в доступной и понятной форме научных знаний, целевой аудиторией которых будет широкий круг заинтересованных людей разного уровня подготовки. или профессиональных интересов. Внедрение современных технологий, в особенности Интернет-коммуникаций, значительно расширяет возможности для популяризации науки, позволяя ей быть интересной и доступной для различных целевых групп населения.

В популяризацию науки включается разработка материалов, с помощью которых можно объяснить сложные научные концепции доступно и увлекательно для аудитории, слушатели которой не имеют специального образования в данной научной области [Пушкарева, 2017 с. 84-89]. Безусловно важным является сохранение достоверности представляемой информации, чтобы несмотря на ясность и доступность изложения доносился верный смысл. Именно ясности изложения и демонстрации конкретных примеров для объяснения сложных понятий следует уделять особое внимание. Кроме того, можно сказать, что с помощью сравнений и аналогий возможно улучшить восприятие информации, позволяя трансформировать в понятные и запоминающиеся даже самые сложные научные концепции.

Н. В. Сухенко выделяют следующие типы популяризации: образовательная и развлекательная [3]:

1) под образовательной популяризацией науки понимается формирование научно-популярного контента, который выступает ключевым инструментом, служащим для того, чтобы оптимизировать управление образовательными процессами на разных уровнях - от общего и среднего профессионального до высшего и дополнительного профессионального образования. Кроме того, возможно внедрять научно-популярный контент в образовательные программы, включая учебные материалы, рекомендации и инструкции для учащихся, а также адаптированные результаты научных исследований. Необходимо отметить, что образовательный подход к популяризации научных знаний отличается насыщенностью текстов большим количеством научных фактов, а также включает рекомендации по дополнительным источникам для углубленного изучения материала. При этом подача научно-популярных материалов с образовательным уклоном принимает методическую форму.

2) Развлекательный подход к популяризации науки может быть эффективно реализован в рамках непрерывного образования педагогических кадров.

В современной России, разнообразные формы научной популяризации осуществляются через широкий спектр инициатив. Например, проект под названием «Сириус» создает платформу, которая позволяет талантливым школьникам проводить научные исследования. С другой стороны, «Кванториум» представляет собой технопарк, где молодые ученики могут обучаться и проводить эксперименты в области науки и технологии. Кроме того, проекты, такие как «Технопарк универсальных педагогических компетенций» и «Педагогический Кванториум», служат примерами инициатив, целью которых

является популяризация науки среди общественности. Эти проекты подчеркивают важность науки в современном обществе и стремятся привлечь к ней больше внимания.

Важно подчеркнуть, что в настоящее время активно используются разнообразные традиционные методы популяризации науки. Следует отметить инициативу, которую предложило Министерство просвещения Российской Федерации. Эта инициатива заключается в создании совета учителей-блогеров в рамках общественного совета Министерства. Основная цель данного совета - укрепить связи между Министерством и экспертным педагогическим сообществом, а также способствовать созданию единого образовательного пространства. Это позволит учителям и педагогам активнее участвовать в образовательном процессе и вносить свой вклад в развитие образовательной системы страны.

Таким образом, научная популяризация – это представление и изложение сложных научных знаний в доступной форме широкой аудитории. Основная ее цель – сделать знания о науке понятными для людей, независимо от уровня их подготовки и профессиональной принадлежности. Функции популяризации можно связать с необходимостью формирования у населения положительного образа науки, сделать более простыми для понимания сложные научные концепции, информировать адекватное научное мировоззрение и поощрять любопытство целевых аудиторий и интерес к научным исследованиям. Все вышесказанное призвано повысить уровень научной грамотности в обществе и способствует созданию положительного имиджа науки как увлекательной сферы человеческой деятельности. Но развитие научной популяризации требует комплексного подхода, который обеспечивается путем взаимодействия между государством, учеными и обществом.

Список литературы

1. Васильева, Т. Ю. Задачи популяризации науки, инновационного и технологического развития, программы продвижения экспертных знаний в средства массовой информации // Россия: тенденции и перспективы развития. – 2015. – № 10–2. – С. 458–461.
2. Везетиу, Е. В. Издательская деятельность как способ популяризации науки // Проблемы современного педагогического образования. – 2023. – № 79-1. – С. 91-93.
3. Как подготовить учебный контент : рекомендации для авторов – Текст : электронный // ETXT.ru : [официальный сайт]. URL : <https://www.etxt.ru/subscribes/osobennosti-prodgotovki-obrazovatelno-kontenta/> (дата обращения: 10.08.2024).-).
4. Макарова, Е. Е. Популяризация науки в Интернете: содержание, формы, тенденции развития // Вестник Московского университета. Журналистика. – 2013. – № 2. – С. 98-104.
5. Питерова, А.Ю. Популяризация науки в СМИ // Университетское образование: Сборник статей XV Международной научно-методической конференции (г. Пенза, 6-7 апреля 2011 г.). – 2011. – № 79-1. – С. 363-365.
6. Поданева, Е. С. Научная популяризация в интернете: эксперименты с новыми форматами (опыт создания видео-проектов о науке) // Журналистский ежегодник. – 2017. – № 6. – С. 54-59.
7. Пушкарева, Л. Г. Всероссийские образовательные акции как современный формат популяризации научных знаний // Научные труды СибГУФК. – 2017. – № 1 – С. 84-89.
8. Самсонова, А. С. Информационные ресурсы по популяризации науки: Россия и мировой опыт // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Естественные и Технические Науки. – 2023. – № 11. – С. 120-125.
9. Ставров, И. В. Проблемы популяризации современной археологии как науки // Аграрное образование и наука. – 2015. № 1. – С. 3-9.

Д. В. НУРГАЛЕЕВА

Челябинский государственный университет
(Челябинск, Россия)

ТЕМАТИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

THEMATIC STRUCTURE OF POPULAR SCIENCE LINGUISTIC TEXTS

Аннотация

В статье описывается тематическое своеобразие научно-популярных текстов о языке, изданных отдельной книгой с середины XX в. по настоящее время и снабженных авторским предисловием. Выбор языковых вопросов, которым посвящена научно-популярная работа, рассматривается как один из параметров, устанавливаемых автором с ориентацией на адресата.

Abstract

The article describes the thematic uniqueness of popular science texts about language, published as a separate book from the middle of the 20th century to the present day and provided with the author's preface. The choice of language issues, to which the popular science work is devoted, is considered as one of the parameters set by the author with the orientation on the addressee.

Ключевые слова: прагмалингвистика, научно-популярный дискурс, лингвистический научно-популярный текст, адресат, адресант, лексика.

Keywords: pragmalinguistics, popular science discourse, linguistic popular science text, addressee, sender, lexicon.

На современном этапе развития лингвистической науки исследователи не пришли к единому мнению о положении научно-популярного дискурса: одни учёные говорят о научно-популярном стиле, другие – о научно-популярном подстиле научного стиля. В любом случае, главным отличием научно-популярных текстов «традиционно считается фактор адресата» [Воронцова, 2014, с. 39]: научно-популярный текст, хотя и содержит информацию научной тематики, всегда адресован непрофессионалу.

Фактор адресата определяет многие ключевые особенности текста. В современной лингвистике общепризнан факт о взаимосвязи коммуникативного поведения адресанта и адресата. Многие исследователи писали о том, что адресант, начиная коммуникацию, ориентируется на адресата, реального или потенциального, а именно на те черты адресата, которые, по мнению адресанта, ему свойственны и значимы с точки зрения осуществляемого коммуникативного намерения.

М.М. Бахтин, объясняя разницу между единицей речи и единицей языка, указывал, что если возможность ответа не заложена автором некоторого словесного отрезка, то можно говорить о единице языка, но не речи. Единица же речи, высказывание, «с самого начала строится с учётом возможных ответных реакций, ради которых оно, в сущности, и создаётся» [Бахтин, 1996].

У. Эко считал, что читатель – «часть самого процесса порождения текста» [Эко, 2016, с. 16]. Это позволило У. Эко ввести термин «модель читателя», обозначающий «тот комплекс благоприятных условий (определяемых в каждом конкретном случае самим текстом), которые должны быть выполнены, чтобы данный текст полностью актуализовал своё потенциальное содержание» [Эко, 2016, с. 30].

Н.Д. Арутюнова также отмечает, что «всякий речевой акт рассчитан на определённую модель адресата» [Арутюнова, 1981, с. 358], и адресат продумывает речевое поведение в ходе коммуникации «под давлением фактора адресата» [Арутюнова, 1981, с. 358].

О.Л. Каменская говорит о коммуникативном портрете реципиента, под которым понимает «совокупность необходимых автору сведений о тех сторонах личности реципиента, которые обуславливают его свойства как приемника текста» [Каменская, 1990, с. 119].

Таким образом, поскольку цель любой коммуникации – «коррекция модели мира адресата» [Иссерс, 2008, с. 109], сходство в позиции адресата по отношению к предмету коммуникации определит сходства способов оказываемого адресантом воздействия. И определение тематики является одним из параметров высказывания, выбираемых адресантом с ориентацией на адресата и, следовательно, важных для прагмалингвистического анализа.

Материалом нашего исследования являются научно-популярные лингвистические тексты, написанные с середины XX века по настоящее время, вышедшие в свет в виде отдельной книги и снабженные авторским предисловием.

Проследим, какой именно аспект языка рассматривается авторами научно-популярных лингвистических текстов.

Одни из первых научно-популярных текстов о языке, «Слово о словах» и «Ты и твоё имя», принадлежат перу Л.В. Успенского. Первый из них освещает вопросы различных разделов лингвистики: лексикологии, фразеологии и этимологии, морфологии и словообразования, культуры речи; второй, изданный в 1962 году, рассказывает о происхождении имён, фамилий и прозвищ.

Чуть позднее, в 1972 году, выходит в свет книга Н. Галь «Слово живое и мёртвое», где автор, переводчик и редактор, рассматривает проблему выбора слов, которая может быть отнесена к культуре речи.

Далее появляются книги А.Э. Вартастьяна для школьников: сначала «Путешествие в слово», а затем «Эти мудреные слова...». В «Путешествии в слово» поднимаются проблемы этимологии и фразеологии, рассматриваются процессы появления новых слов и заимствований. Сборник рассказов «Эти мудрёные слова...» также посвящен лексическим процессам русского языка.

В 1988 году впервые издана книга В.В. Одинцова «Лингвистические парадоксы». Задачей своей работы автор видит объяснение с позиции исторического языкознания трудных случаев русского языка, обнаруживаемых на различных уровнях языковой системы (лексическом, морфологическом, синтаксическом) и нарушающих её стройность.

Появившиеся в 2002 году «Лингвистические парадоксы» Н.М. Шанского представляют собой сборник очерков, посвящённых лексикологии, фразеологии, морфемному составу слова. Также в работе рассматривается методология лингвистического анализа текста.

В 2009 году издаётся книга А.А. Зализняка «Из заметок о любительской лингвистике». В ней представлены отличия любительской лингвистики от лингвистики-науки и оценка автора сочинений Т.А. Фоменко. Книга не только осуждает деятельность последнего и опровергает результаты его лингвистических изысканий, но и предостерегает от подобного рода занятий.

Первая научно-популярная книга И.Б. Левонтиной «Русский со словарём» появляется в 2010 году. И.Б. Левонтина рассматривает семантические изменения слов, вызванные, к примеру, влиянием иностранного языка или изменением доминирующих в обществе идей. Данная работа нашла продолжение в книге «О чём речь?», опубликованной в 2015 году.

В 10-х гг. XIX в. научно-популярные книги о языке начинают появляться всё чаще.

В 2017 года выходят книга Ю. Андреевой и К. Турковой «Русский без нагрузки», посвящённая проблемам культуры речи, и книга Г.Г. Суданова «Русский язык на пальцах», затрагивающая все разделы лингвистики: в ней описываются все уровни языка, особенности русской орфографии и пунктуации.

В 2019 году появляется книга Н. Фоминой «Русский язык для тех, кто забыл правила». Судя по многочисленным сходствам и нередким дословным совпадениям, можно предположить, что она стала переработкой или переизданием книги Г.Г. Суданова.

В 2020 году написана книга «25 оттенков русского» Т.Ю. Гартман. Работа посвящена лексике русского языка: автор рассуждает о неологизмах, англицизмах, аббревиатурах и проч.

В 2022 году выходят научно-популярные книги переводчика В.О. Бабкова «Игра слов. Практика и идеология художественного перевода», в которой автором предпринята попытка описать процесс художественного перевода, книга А. Шадринной «Кто боится сложностей русского языка? Простые объяснения для всех, кто хочет писать грамотно», содержащая разделы об орфографии, пунктуации, грамматических и речевых ошибках.

В этом же году появляется книга М.А. Королёвой «Чисто по-русски». Книга построена как словарь и содержит сведения о произношении и происхождении некоторых слов и выражений. Через два года выходит сходное по форме продолжение – «Русский в порядке».

В 2023 году издана работа М. Аксёновой «Невероятный русский». В книге рассматриваются происхождение слов и крылатых выражений и ошибки, вызванные их неверным употреблением.

В этом же году выходят книга блогера О. Дроздовой «Беречь речь. Забытая история русских слов и выражений», книга лингвиста и журналиста О.И. Северской «Говорим, не заговариваясь» [85], также о словах: о морфологической норме, регламентирующей их изменение, стилистической норме, о фразеологической норме. Появляется и книга «Дерзкий репетитор по русскому языку. Для тех, кто хочет говорить и писать правильно», написанная работниками контент-агентства и разделённая на четыре части, посвященные актуальным вопросам о русском языке, стилю, орфографии и пунктуации.

Одна из последних научно-популярных книг о языке – книга В.Т. Бабенко «Непослушные слова», вышедшая в 2024 году. Книга посвящена истории слов, в связи с чем содержит информацию об этимологии и словообразовании некоторых лексических единиц.

Таким образом, из двадцати трёх текстов, отобранных нами для анализа, четырнадцать посвящены лексическому уровню языка. Это составляет 60,9 % от общего количества. В этих изданиях рассказывается о значениях слова и трансформации значений, об этимологии, о норме словоизменения, то есть о морфологической норме, и проч. Шесть текстов рассматривают проблемы, возникающие на нескольких языковых уровнях, или общие лингвистические вопросы (к последним можно отнести текст А.А. Зализняка). Три книги, а именно работы Н. Галь, Ю. Андреевой и К. Турковой, В.О. Бабкова, рассуждают о вопросах культуры речи (в частности, о выборе лексем).

На наш взгляд, частотность обращения авторов научно-популярных текстов о языке именно к вопросам лексики обусловлена положением лексического уровня в системе языка. Слово является одной из меньших единиц языка, его рассмотрение предполагает изучение минимума межуровневых связей. Следовательно, рассмотрение слов возможно в относительной изолированности, что позволяет избежать подхода к языку как к сложноорганизованной многоуровневой системе. Подобное описание языка представляется нам неуместным и трудно реализуемым для научно-популярного текста, адресованного, как было указано выше, неспециалисту.

Список литературы

1. Арутюнова, Н. Д. Фактор адресата // Известия Академии наук СССР. Серия литературы и языка. – М., 1981. – Т.40. – №4. – С.356-367.
2. Бахтин, М. М. Проблема речевых жанров. – М., 1996. – URL: http://www.philologos.narod.ru/bakhtin/bakh_genre.htm (дата обращения: 18.09.2022).
3. Воронцова, Т. А. Научно-популярный дискурс в современных российских СМИ (проблемы жанра и стиля) // Вестник Челябинского государственного университета. – 2014. – № 6 (335). – С.38–42.
4. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с.
5. Каменская, О. Л. Текст и коммуникация: Учеб. пособие для ин-тов и фак-тов иностр.яз. – М., 1990. – 152 с.
6. Эко, У. Роль читателя. Исследования по семиотике текста. – М. : Издательство АСТ : Corpus, 2016. – 640 с.

Д. Б. ПОСИНОВ

Пятигорский государственный университет
(Пятигорск, Россия)

ЯЗЫКОВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АНГЛОЯЗЫЧНОГО СУДЕБНОГО ДИСКУРСА: ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

LANGUAGE FEATURES OF ENGLISH JUDICIAL DISCOURSE: PRAGMALINGUISTIC ASPECT

Аннотация

Статья посвящена анализу структуры и прагматических особенностей англоязычного текста Основного аргумента, являющегося первым документом, который стороны подают в суд. По своим жанровым характеристикам Основной аргумент выступает примером письменной формы судебного дискурса. Данный документ призван ознакомить судью с ключевыми фактами дела и сформировать у него предварительное мнение. Важную роль в убедительности аргументов играет языковое оформление текста документа. Автор обращает особое внимание на прагмалингвистические средства, используемые юристами для вербализации своих позиций и оказания влияния на восприятие фактов судьями. В статье исследуются стратегии убеждения и дискредитации, реализуемые различными лексическими и стилистическими средствами. Дальнейший анализ различных текстов судебного дела даст возможность расширить представление о прагмалингвистических особенностях жанров англоязычного судебного дискурса.

Abstract

The article is devoted to the analysis of the structure and pragmatic features of the English-language text of the Skeleton Argument, which is the first document that the parties file in court. According to its genre characteristics, the Skeleton Argument is an example of the written form of judicial discourse. This document is intended to familiarize the judge with the key facts of the case and form his preliminary opinion. The linguistic design of the document

text plays an important role in convincing arguments. The author pays special attention to the pragmalinguistic means used by lawyers to verbalize their positions and influence the perception of facts by judges. The article examines the strategies of persuasion and discrediting verbalized by various lexical and stylistic means. Further analysis of various texts of the court case will provide an opportunity to expand the understanding of the pragmalinguistic features of the genres of English-language judicial discourse.

Ключевые слова: *судебный дискурс, профессиональный дискурс, прагмалингвистика, английский язык, стратегия дискредитации оппонента, стратегия убеждения, юридический дискурс,*

Keywords: *judicial discourse, professional discourse, pragmalinguistics, English, strategy of discrediting the opponent, strategy of persuasion, legal discourse.*

Судебный процесс – это коммуникативное событие, в рамках которого язык, социальные переменные и динамичные элементы профессиональной юридической коммуникации соотносятся друг с другом, порождая разнообразие дискурсов. Одним из таких видов дискурса выступает судебный дискурс, активное изучение всего многообразия жанров которого в последние два десятилетия способствовало расширению понимания того, как эти жанры конструируются, а также какие факторы оказывают влияние на формирование языка, характерного для общения в зале суда.

Судебный дискурс представляет собой разновидность юридического дискурса, или субдискурса, заключающийся в особом речевом и текстовом проявлении юридического дискурса в рамках судебного заседания [Устинова, 2011, с. 126]. Юридический дискурс понимается как статусно-ориентированное взаимодействие участников правовой коммуникации по широкому спектру правовых вопросов в соответствии с принятыми в юридической коммуникации нормами поведения [Палашевская, 2010, с. 535; Чернышев, 2016, с. 24]. Исходя из данного определения, судебный дискурс можно охарактеризовать как статусно-ролевое взаимодействие участников судебного заседания – представителей государственных институтов правосудия и представителей общественности, по вопросу разрешения правового конфликта в строгом соответствии с законодательством государства, на территории которого проходит данное судебное заседание.

Было бы ошибочным полагать, что судебный дискурс однороден, поскольку коммуникация в рамках судебного заседания требует разных форматов взаимодействия, что неизбежно актуализирует потребность как в определении его статуса в рамках более широкого понятия, юридического дискурса, так и в разграничении разновидностей и жанров непосредственно судебного дискурса. Так, судебный дискурс относят к нормативно-правовому дискурсу, представленному как устной, так и письменной формой коммуникации [Литвишко, 2024, с. 47]. Например, для устной формы судебного дискурса характерны такие жанровые подтипы, как судебное решение, выступления участников судебного процесса, для письменной – тексты ходатайств, исковых требований [Литвишко, 2020, с. 125]. С позиций экстралингвистического подхода различают письменные жанры (протокол судебного заседания, ходатайство, письменные заявления сторон) и устные жанры (вводная речь судьи, судебное решение, речь истца, речь ответчика, речь адвоката, речь прокурора) [Устинова, 2011, с. 127].

Итак, неоднородность судебного дискурса обуславливает применение различных подходов к его анализу [Литвишко, 2022, с. 113], в рамках которых исследователи традиционно фокусируются на анализе текстолингвистических, социолингвистических и прагмалингвистических аспектов изучаемого дискурса [Братухина, 2011, с. 189], при этом последний особенно актуален для настоящего исследования, поскольку отражает

стратегическое использование языка и проливает свет на ключевые темы общественной жизни [Ширяева, 2016, с. 192].

Предлагаемое исследование посвящено анализу прагмалингвистических особенностей одного из письменных жанров судебного дискурса и выполнено на материале англоязычных транскриптов судебного разбирательства *Depp v NGN and Wootton Libel Trial* (дело о клевете Депп против NGN и Wootton), включающих как материалы судебного слушания, так и материалы апелляционного производства. В фокусе исследования – текст Основного аргумента (Skeleton Argument) обеих сторон разбирательства: истца Джона Кристофера Деппа II [Claimant's Skeleton Argument for Trial, 7-27 July 2020], ответчика 1 News Group Newspapers Limited и ответчика 2 Дэна Вуттона [Skeleton Argument on Behalf of the Defendants for Trial, 7-27 July 2020].

Основной аргумент представляет собой письменный документ, который стороны представляют суду перед слушанием с целью довести до сведения судьи позиции сторон. Текст Основного аргумента содержит краткое изложение вопросов, подлежащих рассмотрению, основные аргументы, которые будут выдвинуты сторонами по каждому из вопросов, и юридические документы, на которые опираются стороны в изложении и толковании правовых положений [Practice Direction 52A].

Согласно Практическому руководству 54D о подаче исков и апелляций [Practice Direction 54D], текст Основного аргумента содержит следующую информацию: (а) сроки проведения слушания; (б) перечень вопросов; (в) список юридических аспектов, релевантных для данного дела, со ссылками на источники; (г) хронология событий, касающихся рассматриваемого дела; (д) список необходимых документов для предварительного ознакомления в суде; (е) список лиц, участвующих в судебных слушаниях.

Одним из важных аспектов рассматриваемого типа документов является их языковое оформление, поскольку язык, как отмечают исследователи, выступает средством реализации права [Шепелев, 2012, с. 218]. От того, насколько убедительно сторона представит свое видение правовой проблемы, может зависеть финальный исход судебного разбирательства.

Учитывая вышесказанное, полагаем, что особой актуальностью обладает анализ прагмалингвистических особенностей судебного дискурса, в результате проведения которого станет возможным выявить средства оказания речевого воздействия, а также понять, как юристы строят свои аргументы и как судьи принимают решения.

Принимая во внимание тот факт, что текст Основного аргумента четко структурирован и разделен на конкретные рубрики, логично предположить, что разным рубрикам присущи разные прагматические средства. Тем не менее, полагаем, что общей тенденцией, присущей всему документу, является стремление каждой из сторон убедить судью в правильности своей позиции, соответственно, данной цели подчинен выбор языковых средств, с помощью которых реализуются прагматические стратегии.

Во вступительной части документа (Introduction) при кратком описании фактов дела каждая из сторон привлекает внимание судьи к тем фактам, которые максимально позитивно скажутся на ее имидже, что в дальнейшем будет способствовать формированию доброжелательного отношения судьи. Одновременно с этим каждая сторона стремится сформировать негативный имидж оппонента, что достигается акцентированием внимания судьи на фактах, которые негативно характеризуют оппонента. Таким образом, перед каждой из сторон стоит задача не только расположить к себе судью, но и сформировать у него негативное мнение об оппоненте, что достигается путем использования стратегий убеждения и дискредитации оппонента. Рассмотрим способы вербализации данных стратегий на примерах.

(1) The articles amount to a full-scale attack on the Claimant as a 'wife beater', guilty of the most horrendous physical abuse. The author deploys a panoply of cultural and topical

references (namely the #MeToo movement, the Time's Up movement and the disgraced film mogul and serial abuser of women Harvey Weinstein), in order to convey the seriousness of what the Claimant is alleged to have done [Claimant's Skeleton Argument for trial 7 July – 27 July 2020].

Статьи представляют собой полномасштабную атаку на Истца как на «избивателя жены», виновного в самом ужасном физическом насилии. Автор использует множество культурных и тематических ссылок (а именно, движение #MeToo, движение Time's Up и опального киномагната и серийного насильника женщин Харви Вайнштейна), чтобы донести серьезность того, что, как утверждается, совершил истец.

В данном примере, взятом из текста Основного аргумента, поданного истцом, мы фиксируем использование эмоциональной лексики (*full-scale attack, wife-beater, horrendous physical abuse*) с целью убедить судью в том, что обвинения в адрес истца, изложенные в статьях, опубликованных ответчиками, сильно преувеличены. По мнению истца, ответчики намеренно ссылаются на актуальные для данного исторического периода движения и тенденции, как бы приравнивая к ним вменяемое ему преступление. Таким образом, истец использует стратегию дискредитации оппонента, с помощью которой стремится создать свой положительный имидж, тем самым ставя под сомнение достоверность предъявляемых ему обвинений.

(2) C[laimant] denies that the words complained of in the meaning relied on by D[efendant] s is true. The truth of the allegations that C[laimant] was verbally and physically abusive towards Ms Heard will be a contested matter at trial [Skeleton Argument on Behalf of the Defendants for Trial, 7 – 27 July 2020].

И[стец] отрицает, что слова, на которые подана жалоба, в том значении, на которое ссылаются О[тветчик]и, соответствуют действительности. Правдивость утверждений о том, что И[стец] подвергал мисс Херд словесному и физическому насилию, будет оспариваться в суде.

В примере (2), взятом из текста Основного аргумента, поданного ответчиками, стратегия убеждения реализуется при помощи нескольких стилистических приемов – лексического повтора (*true, the truth*) и парадокса (*the truth will be a contested matter at trial*). Кажется бы, задача любого суда – установить истину [Авакова, 2022, с. 9], однако ответчики высказывают уверенность, что истец стремится к обратному, что, безусловно, помогает сформировать негативный имидж истца и убедить судью в его неискренности.

В разделе документа, поданного истцом, описывающем хронологию событий (History), стратегия дискредитации оппонента реализуется с помощью прилагательных и наречий с отрицательным значением (*implausible, hardly, inconsistent*), иронии на основе лексического противопоставления (*her alleged silence is inconsistent with her general disposition*), определяющих наречий (*critically, deliberately, wholly*), употребления лексем со значением предположения (*seem, alleged*), которые используются истцом с целью сформировать у суда недоверие к словам ответчика:

(3) The incident itself is implausible. Sitting on a sofa next to Mr Depp, Ms Heard was hardly going to be knocked "off balance" and, as all the recordings of later conversations between the couple will critically show, Ms Heard deliberately provokes arguments with the Claimant; she seems to thrive on them. Her alleged silence in the face of being slapped three times with such force is wholly inconsistent with her general disposition [Claimant's Skeleton Argument for trial 7 July – 27 July 2020].

Сам по себе инцидент неправдоподобен. Сидя на диване рядом с мистером Деппом, мисс Херд вряд ли могла быть «выведена из равновесия», и, как покажут все записи более поздних разговоров между супругами, мисс Херд намеренно провоцирует споры с Истцом; похоже, она подпитывается от них. Ее предполагаемое молчание перед лицом

того, что она получила три пощечины с такой силой, полностью противоречит ее характеру в целом.

Ту же цель, дискредитацию оппонента путем создания его негативного имиджа, преследуют ответчики, комментируя употребление истцом наркотических веществ, что достигается при помощи лексического повтора (*heavy drug and alcohol use, heavy use of drugs*), лексем, дающих негативную характеристику истца (*lost control of himself, his memory has been impaired*):

(4) *It is Ds' case that C frequently lost control of himself during the relationship, partly because of his heavy drug and alcohol use, and also that his memory has been impaired by his heavy use of drugs, including prescription drugs and alcohol, throughout that relationship* [Skeleton Argument on Behalf of the Defendants for Trial, 7 – 27 July 2020].

По словам О[тветчиков] И[стец]. часто терял контроль над собой во время отношений, отчасти из-за его чрезмерного употребления наркотиков и алкоголя, а также из-за того, что его память на протяжении этих отношений была нарушена из-за чрезмерного употребления наркотиков, включая отпускаемые по рецепту лекарства и алкоголь.

Проведенный анализ текстов Основного аргумента, поданных обеими сторонами судебного разбирательства, выявил широкий диапазон средств реализации стратегий убеждения и дискредитации оппонента, такие как лексические (эмоциональная лексика, негативно окрашенная лексика, определяющие наречия) и стилистические (ирония, парадокс, антитеза, лексический повтор). Дальнейший анализ текстов судебного дела позволит расширить представление о прагмалингвистических особенностях различных жанров англоязычного судебного дискурса.

Список литературы

1. Авакова, М. Л. Языковая специфика англоязычного судебного дискурса (на материале перекрестных допросов) / М. Л. Авакова, М. Э. Мосесова // Профессиональная коммуникация: актуальные вопросы лингвистики и методики. – 2022. – № 15. – С. 8-15.
2. Братухина, И. А. О системообразующих признаках судебного дискурса (на материале текстов судебных приговоров) // Язык и социальная динамика. – 2011. – № 11-1. – С. 189-194.
3. Литвишко, О. М. Корпусный анализ профессионально маркированных компонентов языкового сознания в популярно-юридическом интернет-дискурсе. Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2024. – №2. – С. 43–57.
4. Литвишко, О. М. Синтаксические закономерности англоязычного юридического дискурса как средство реализации нормативно-регулятивной функции права // Профессиональная коммуникация: актуальные вопросы лингвистики и методики. – 2020. – № 13. – С. 124-132.
5. Литвишко, О. М. Феномен межъязыковой лакунарности в англоязычном юридическом дискурсе / О. М. Литвишко, Ю. А. Черноусова, Т. В. Карнаух // Профессиональная коммуникация: актуальные вопросы лингвистики и методики. – 2022. – № 15. – С. 112-125.
6. Палашевская, И. В. Функции юридического дискурса и действия его участников // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. – 2010. – № 5 (2). – Т. 12. – С. 535-540.
7. Устинова, К. А. Институциональные признаки судебного дискурса // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – 33 (248). – С. 125-127.
8. Чернышев, А. В. Юридический дискурс и его основные характеристики // Слово. ру: Балтийский акцент. – 2016. – №2. – С. 22-28.

9. Шепелев, А. Н. Характеристика юридического языка // Социально-экономические явления и процессы. – 2012. – №1. – С. 217-221.

10. Ширяева, Т. А. Языковые особенности профессионального взаимодействия в палатах Британского парламента сквозь призму истории / Т. А. Ширяева, Ю. А. Черноусова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2016. – № 12-1(66). – С. 192-196.

11. Claimant's Skeleton Argument for trial 7 July – 27 July 2020 – Текст : электронный // Nick Wallis. Presenting. Reporting. Journalism. – URL : https://www.nickwallis.com/_files/ugd/5df505_0ee335eb89fc4a928e177bd14e75258a.pdf (дата обращения: 15.07.2024).

12. Practice Direction 52A – Appeals – Текст : электронный // Justice on GOV.UK. – URL : https://www.justice.gov.uk/courts/procedure-rules/civil/rules/part52/pd_part52#V##V (дата обращения: 15.07.2024).

13. Practice Direction 54D – Planning Court Claims and Appeals to the Planning Court – Текст : электронный // Justice on GOV.UK. – URL : <https://www.justice.gov.uk/courts/procedure-rules/civil/rules/part54/practice-direction-54e-planning-court-claims#16> (дата обращения: 15.07.2024).

14. Skeleton Argument on Behalf of the Defendants for Trial, 7 – 27 July 2020 – Текст : электронный // Nick Wallis. Presenting. Reporting. Journalism. – URL : https://www.nickwallis.com/_files/ugd/5df505_1336190e93e94206a903c032fd0488ba.pdf (дата обращения: 15.07.2024)

Д. А. СОКОЛОВА

Ярославский государственный педагогический университет
(Ярославль, Россия)

ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ ЮРИДИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ КАК НАУКИ ЗА РУБЕЖОМ

HISTORY OF THE FORMATION OF FORENSIC LINGUISTICS AS A SCIENCE ABROAD

Аннотация

В рассматриваемой статье исследуется история зарождения науки «Юридическая (судебная) лингвистика» за рубежом. Эта наука является междисциплинарной, включает в себя как знания в области лингвистики, так и знания в области юриспруденции. В России в настоящее время недостаточно специалистов в данной области, так как не разработаны полноценные учебные программы высшего образования данного профиля. Судебная лингвистика как наука впервые получила своё название в Англии, однако ситуации, в которых требуется заключение эксперта-лингвиста, были распространены и за её пределами. По сей день английская судебная лингвистика является лидером по количеству научных публикаций в данной области. Потребность в исследованиях лингвистов-экспертов со стороны правоохранительных и судебных органов с каждым годом демонстрирует стабильный прирост.

Abstract

This article examines the history of the formation of the science “Legal (Forensic) Linguistics” abroad. This science is interdisciplinary and includes both knowledge in the field of linguistics and knowledge in the field of jurisprudence. In Russia at present there are not enough specialists

in this field, since full-fledged higher education programs in this field have not been developed. Forensic linguistics as a science first received its name in England, but situations in which the opinion of an expert-linguist was required were common beyond its borders. But currently forensic linguistics is the leader in the number of scientific publications in this field. The need for research by expert linguists on the part of law enforcement and judicial authorities shows a steady increase every year.

Ключевые слова: юридическая лингвистика, судебная лингвистика, лингвистическая экспертиза, междисциплинарность, стиль речи, авторство текста.

Keywords: legal linguistics, forensic linguistics, forensic linguistic research, interdisciplinary science, style of speech, authorship of the text.

Юридическая лингвистика – это раздел прикладной лингвистики, где используются знания и лингвистический опыт для решения вопросов, вытекающих из юридических споров.

Юридическая лингвистика (юрислингвистика, судебная лингвистика) как междисциплинарная наука в Российской Федерации пока находится на этапе зарождения. Однако влияние этой науки на общественность выходит далеко за рамки теории. Специальные познания в области юридической лингвистики активно применяются судами для решения вопросов, имеющих отношение к судебному делу, которые впоследствии ложатся в основу судебного решения или приговора. А как обстоят дела с судебной лингвистикой за рубежом? Согласно базе данных Scopus [Umiyati, 2022, p. 53], наибольшая публикация научных статей по юридической лингвистике приходится на Соединенное Королевство, США и Испанию.

Англия

Учёные в рассматриваемой области сходятся во мнении, что судебная лингвистика как наука начала развиваться в Соединенном Королевстве. Понятие *Forensic Linguistics* было введено Яном Свартвиком в его фундаментальном исследовании «The Evans Statements: A Case of Forensic linguistics». В нём были проанализированы четыре фразы Тимоти Эванса, казнённого в 1950 году за убийство своей дочери, которые, как утверждает следствие, были произнесены им после его ареста. Используя как качественные, так и количественные методы, Свартвик продемонстрировал значительные стилистические расхождения между утверждениями, тем самым, поставив под сомнение их авторство [Balcells/Gavalda, 2023, p. 2-3].

Во время судебного разбирательства Эванс признался в совершении преступления, однако считается, что принял такое решение потому, что был эмоционально и физически истощен из-за стресса, вызванного смертью его близких. Кроме того, являясь первым в списке обвиняемых, он боялся стать жертвой жестокости полиции, если не признается во вменяемом ему преступлении. Качественному расследованию препятствовал также невысокий уровень заключения судебно-медицинской экспертизы, в которой эксперты пренебрегли ключевыми доказательствами. Дало Эванса рассматривалось судом присяжных, который единогласно признал его виновным, приговорив к смертной казни.

Признание вины, сделанное Эвансом, было поставлено под сомнение Людовиком Кеннеди, знаменитым в то время журналистом. Кеннеди опубликовал книгу *Ten Rillington Place* (1961), в которой, со ссылкой на показания Эванса, утверждал, что «признательные показания Тимоти Эванса являются сфабрикованными, поскольку словарный запас и формулировки Эванса были непоследовательны». Впоследствии профессор Ян Свартвик был назначен для их лингвистического анализа, результате которого он пришел к выводу, что в признательных показания Эванса имеется два разных способа ком-

муникации. Один из них подражал разговорному стилю, а второй содержал формальный письменный регистр с рядом признаков шаблонных фраз из полицейской документации. Таким образом, в совокупности с другими имеющимися по делу доказательствами, было установлено, что Эванс не мог произносить те фразы, которые были ему приписаны.

Через три года после казни Эванса, его сосед и арендодатель Джон Кристи признался, что это он убил жену и дочь Эванса. В данном деле Кристи имел статус свидетеля со стороны обвинения. Кроме описываемого убийства, он совершил еще убийства в отношении нескольких женщин, включая свою жену. После этого обстоятельства Эванс был посмертно помилован в 1966 году, и более того, это дело способствовало отмене смертной казни в Соединенном Королевстве.

Таким образом, дело Эванса упоминается в качестве отправной точки в развитии судебной лингвистики, поскольку оно подчеркнуло важность анализа слов и фраз в правовом контексте и его потенциальное влияние на исход дел.

В настоящее время в Англии Forensic Linguistics [Coulthard, 2017, p. 5] функционирует как собирательный термин, относящийся к исследованиям и практике во всех областях, где пересекаются правовые и лингвистические интересы, вот некоторые из них:

- организация взаимодействия при производстве юридических процедур (например, допроса);
- определение стиля речи в зале суда (например, при производстве перекрестного допроса, произнесения напутствия присяжным, последнего слова подсудимого);
- структура и семантика правовых документов;
- юридическая терминология;
- юридический перевод и интерпретация;
- экспертиза ясности правовой документации (например, предупреждение от полиции, временные судебные запреты);
- правовая экспертиза нормативных правовых актов;
- экспертиза авторства текста;
- экспертиза товарных знаков и коммерческих обозначений;
- угроза и экстремизм в тексте;
- судебная диалектология и др.

Австралия

Лингвистические данные впервые были представлены в австралийском юридическом деле в 1959 году, почти за десять лет до того, как Ян Свартвик ввел термин Forensic Linguistics. Доказательства были предоставлены лектором по лингвистике в Университете Аделаиды Т.Г.Х. Стрехлоу по судебному делу Южной Австралии против аборигена Руперта Макса Стюарта. В основу обвинительного приговора было положено устное признание Стюарта в убийстве, которое, согласно заключению Стрехлоу, было сфабриковано [Eads, 2023, p. 5].

Исследование Стрехлоу выявило идеи о языковых вариациях, которые на тот момент опережали данную область лингвистики. Он описывал, что Стюарт изначально ведёт речь на языке пиджин-инглиш (измененный вариант английского языка), а затем – на английском языке северных территорий, то есть на языке, на котором говорит более образованная часть аборигенов. Спустя десятилетие новаторская работа американского лингвиста Уильяма Лабова о разговорном английском афроамериканцев (BEV – Black English Vernacular) нашла отклик в неопубликованном издании Стрехлоу об английском языке северных территорий [Австралии]. Центральным элементом работы Лабова, которая произвела революцию в лингвистике, было признание того, что афроамериканцы говорят по-английски, похожем на региональный диалект, но это тот диалект, который носители имеют по своей этнической принадлежности, а не географической. Хотя

Стрехлоу использовал, казалось бы, географический термин «английский язык северной территории [Австралии]», он определил эту разновидность именно с точки зрения этнической принадлежности его носителей.

Глория Бреннан, являющаяся жительницей Западной Австралии, родным языком которой был вонги, стала первым аборигеном, получившим лингвистическое образование (1978). Её отчет на пятидесяти пяти страницах о необходимости введения института устных и письменных переводчиков для аборигенов был первым лингвистическим исследованием в Австралии, посвященным языку в юридическом контексте.

С принятием нормативного акта о правах на землю для аборигенов в северных территориях в 1976 г., многие лингвисты начинают исследование в этой юрисдикции, и они активно включаются в разработку процедуры рассмотрения земельных претензий.

В 1980-х годах учёный в области лингвистики Диана Идс стала известна своими исследованиями в области лингвистики английского языка аборигенов и стилей коммуникации среди аборигенов (*Diana Eades «Aboriginal English and the Law: Communicating with Aboriginal English Speaking Clients: A Handbook for Legal Practitioners, 1992»*). Благодаря этой работе, с ней связались адвокаты подсудимого аборигена Кельвина Кондрена. Подсудимый отрицал приписываемое ему авторство имеющегося в деле протокола допроса. Результатом этого дела стало одно из ее первых лингвистических заключений, где Идс делает вывод о том, что Кондрен не мог использовать приписываемый ему стиль речи в протоколе допроса. Благодаря слаженной работе эксперта и юристов, данное доказательство было исключено из дела как недопустимое.

Наука юридическая лингвистика как в России, так и за рубежом, продолжает расти и развиваться. Если рассматривать эту науку через призму лингвистического анализа к судебным (правовым) текстам, то вероятно, что потребность в специальных познаниях эксперта-лингвиста с каждым годом будет расти.

Список литературы

1. Balcells C. G. An overview of Forensic Linguistics and its Application in Real-Life Cases / C. G. Balcells, N. Gavalda // *Grau d'Estudis Anglesos, Universitat de Barcelona*, 2023. – 36 p.
2. Coulthard M. An Introduction to Forensic Linguistics: Language in Evidence / M. Coulthard, A. Johnson, D. Wright. – London: Routledge, 2017. – 237 p.
3. Derin T. Exploring the Past, Present and Future of Forensic Linguistics Study: A Brief overview / T. Derin, S. Evizareza, Deliani, B. Hamuddin // *The First Conference of Indonesian Community for Forensic Linguistics (KLF1-1), Pekanbaru*, 2019. – 11 p.
4. Eads D. Forensic linguistics in Australia: Origins, Progress and Prospects. Elements in Forensic Linguistics / D. Eads, H. Fraser, G. Heydon // *Cambridge University Press*, 2023. – 88 p.
5. Olsson J. Forensic Linguistics: Second Edition / J. Olsson. – Continuum, 2008. – 256 p.
6. Umiyati M. Evolution of Forensic Linguistics Publication. From Europe and North America Continent (1980-2021) / M. Umiyati // *International Journal of Arts and Social Sciene*, Issue 9, September 2022. – P. 51-58. – URL: <https://www.ijassjournal.com/2022/V5I9/414665951.pdf>

Н. В. ТЕРЕШКИНА, И. А. ШЕВЕЛЕВА

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского
(Брянск, Россия)

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ TOLERATE
И PUT UP WITH НА ПРИМЕРЕ КОРПУСА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА
МАРКА ДЭВИСА (CORPUS OF CONTEMPORARY AMERICAN ENGLISH)**

**COMPARATIVE ANALYSIS OF TOKENS TOLERATE AND PUT UP WITH
ON THE EXAMPLE OF THE ENGLISH CORPUS OF MARK DAVIS
(CORPUS OF CONTEMPORARY AMERICAN ENGLISH)**

Аннотация

*Данная статья посвящена сравнительному анализу использования лексем *tolerate* и *put up with* в корпусе современного американского английского языка Марка Дэвиса (*Corpus of Contemporary American English*). Цель статьи – определить степень сходства между этими двумя лексемами в разных жанрах, а также изучить лексико-семантические особенности устойчивых словосочетаний, типичных для каждой из этой лексем. В первой части статьи будет проведено сравнение использования лексических единиц *tolerate* и *put up with* в восьми жанрах, представленных в корпусе. Во второй части статьи будет представлен анализ устойчивых словосочетаний, употребляемых с лексем. В первой части статьи будет проведено сравнение использования лексическими единицами *tolerate* и *put up with*. В результате исследования будут выявлены особенности использования этих лексем в разных жанрах, что позволит лучше понять их значения и контексты употребления. Это, в свою очередь, поможет изучающим английский язык и педагогам более точно использовать лексемы *tolerate* и *put up with* в своей устной речи и письме.*

Abstract

*This article is devoted to a comparative analysis of the use of the tokens *tolerate* and *put up with* in the Corpus of modern American English by Mark Davis (*Corpus of Contemporary American English*). The purpose of the article is to determine the degree of similarity between these two lexemes in different genres, as well as to study the stable phrases associated with each of them. To achieve this goal, the article will be divided into two parts. The first part of the article will compare the use of *tolerate* and *put up with* in the eight genres presented in the corpus. The second part of the article will present an analysis of stable phrases used with *tolerate* and *put up with*. As a result of the research, the features of the use of these words in different genres will be revealed, which will allow for a better understanding of their meanings and contexts of use. This, in turn, will help English language learners use the words *tolerate* and *put up with* more accurately in their speech and writing.*

Ключевые слова: языковой корпус, *tolerate*, *put up with*, сравнение лексем, жанры, устойчивые словосочетания.

Keywords: COCA, *tolerate*, *put up with*, token, genre, collocation.

Информационные технологии стали неотъемлемой частью нашей жизни, они необходимы для выполнения многих задач, включая обучение иностранным языкам. Владение этими технологиями важно, что подтверждается их включением в образовательные стандарты нового поколения. Один из инструментов – электронный языковой корпус. Языковой корпус – это репрезентативная подборка текстов или их фрагментов, доступ-

ный в электронном виде и предназначенный для решения определённых исследовательских задач [Павлова, 2021, с. 284]. Корпус COCA (Corpus of Contemporary American English) – это электронный корпус текстов, созданный профессором корпусной лингвистики Марком Дэвисом в 2000–2003 годах на основе текстов журнала Time, написанных с 1923 года. Это крупнейший корпус текстов американского варианта английского языка, содержащий более 450 миллионов слов и разнообразный набор текстов разных жанров [Davies, 2024]. Умение работать в корпусе помогает не только помочь использовать корректно слова и выражения, но также добиться наиболее важных личностных результатов «мотивации обучающихся к личностному саморазвитию, формированию гражданской и творческой активности подростка [Шевелева, 2022, с. 221].

Синоним – это слово или выражение, имеющее то же или почти такое же значение, что и другое слово на том же языке [Oxford English Dictionary, 2024]. Однако использование синонимов может вызывать сложности, связанные с правильным выбором слова в контексте и точным выражением мысли. Для преодоления этих трудностей можно использовать корпуса текстов, например Корпус современного американского английского (COCA). Корпуса позволяют анализировать примеры использования синонимов в реальных текстах, что помогает определить наиболее подходящие слова в различных контекстах.

Цель настоящего исследования – провести сравнительный анализ использования лексем *tolerate* и *put up with* в корпусе (COCA). Мы стремимся определить степень сходства между этими двумя словами в разных жанрах, а также изучить устойчивые словосочетания, связанные с каждым из них.

Мы провели компаративное исследование использования лексем *tolerate* и *put up with* в восьми жанрах.

Таблица 1

Использование лексических единиц *tolerate* и *put up with* в различных жанрах

GENRE	All	BLOG	WEB	TV/M	SPOK	FIC	MAG	NEWS	ACAD
Tolerate	8,113	1,313	1,146	712	946	870	1,249	816	1,061
Put up with	4,596	776	666	916	570	787	398	364	119

Мы пришли к следующим выводам:

1. Общая частота использования лексемы *tolerate* составляет 8 113 случаев, что больше использования лексемы *put up with* (4 596 случаев) в 1,8 раза. Это указывает на то, что американцы предпочитают использовать лексическую единицу *tolerate* почти в два раза чаще, чем лексическую единицу *put up with*.

2. Лексема *put up with* занимает первое место (916 примеров) в жанре ТВ/кино, количество употреблений лексемы *tolerate* составляет 712.

3. В жанре художественной литературы обе рассматриваемые лексемы используются в равной степени часто: лексической единицы *tolerate* (870 случаев), лексического словосочетания *put up with* (787 случаев).

4. В остальных жанрах лексема *tolerate* встречается значительно чаще лексемы *put up with*, а в академическом жанре это показатель выше более чем в восемь раз (1061 против 119).

Мы также провели анализ лексической сочетаемости представленных языковых единиц.

Таблица 2

Устойчивые словосочетания с лексической единицей *tolerate*

Number	Collocation	Frequency
1	tolerate people	32
2	tolerate dissent	27
3	tolerate plan	23
4	tolerate racism	21
5	tolerate discrimination	20
6	tolerate violence	16
7	tolerate frustration	15
8	tolerate drought	14
9	tolerate failure	14
10	tolerate attacks	13
11	tolerate harassment	13
12	tolerate temperatures	11
13	tolerate behavior	10
14	tolerate abuse	10
15	tolerate mistakes	10

Словосочетание *tolerate people* встречается чаще всего (32), за которыми следуют “*tolerate dissent* (27), *tolerate plan*(23), *tolerate racism* (21), *tolerate discrimination* (27).

Таблица 3

Устойчивые словосочетания с лексмой *put up with*

Number	Collocation	Frequency
1	put up with people	23
2	put up with things	18
3	put up with crap	10
4	put up with abuse	7
5	put up with shit	6
6	put up with stuff	6
7	put up with fools	4
8	put up with me	4
9	put up with hardship	3
10	put up with harassment	3
11	put up with discomfort	3
12	put up with it	3
13	put up with bullshit	3
14	put up with questions	3
15	put up with years	3

Первое по частоте употребления словосочетание *put up with people* (32). Второе по частоте употребления (18) является словосочетание *put up with things*, за которым следуют *put up with crap*(10), *put up with abuse* (7), *put up with shit* (6).

Проанализировав лексическую сочетаемость языковых единиц *tolerate* и *put up with*, мы пришли к следующим выводам:

1. Рассматриваемые лексемы образуют чаще всего сочетание с языковой единицей *people*. Для лексики *put up with* это 23 случая употребления, для лексики *tolerate* это 32 случая употребления.

2. Обе лексики *tolerate* и *put up with* образуют словосочетания с такими словами как *people, things, abuse* и *harassment*. Однако стоит отметить, что по частоте встречаемости *tolerate things* занимает шестнадцатое место, а *put up with things* второе, *tolerate abuse* занимает тринадцатое место, а *put up with abuse* четвертое. То есть только 4 лексики из 30 рассмотренных устойчивых словосочетаний являются одинаковыми как для *tolerate*, так и для *put up with*.

3. Количество устойчивых словосочетаний, употребляемых с лексемой *tolerate* составляет 249, что в 2,5 раза больше устойчивых словосочетаний, употребляемых с лексемой *put up with* (99 словосочетаний). Так, лексема *tolerate* чаще образует устойчивые словосочетания, чем лексема *put up with*.

Подводя итог, лексические единицы *tolerate* и *put up with* обладают разной лексической сочетаемостью.

В нашем исследовании мы провели анализ частотности лексических единиц *tolerate* и *put up with*, а также проанализировали их лексическую сочетаемость. Так, рассматриваемые языковые единицы имеют некоторое сходство в значении (они оба обозначают терпимость или принятие чего-либо), однако они не являются полными синонимами. Это связано с тем, что лексема *tolerate* имеет более формальный оттенок и акцентирует внимание на осознанном решении терпеть что-либо, в то время как лексема *put up with* звучит более непринуждённо и может относиться к ситуациям, когда человек вынужден смириться с обстоятельствами.

Список литературы

1. Павлова, О. Ю. Использование языковых корпусов в обучении иностранному языку // Язык и культура. – 2021. – № 54. – С. 283-298. – DOI 10.17223/19996195/54/16.
2. Шевелева, И. А. Роль диалога в гуманизации современного образовательного процесса / И. А. Шевелева, И. Г. Якимович // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. – 2022. – № 2(62). – С. 217-223.
3. Davies M. The Corpus of Contemporary American English [Электронный ресурс]. URL: <https://www.english-corpora.org/coca/> (Accessed: 01.05.2024)
4. Oxford English Dictionary, OED [Электронный ресурс]. URL : <https://www.oed.com/search/dictionary/?scope=Entries&q=synonym> (Accessed: 14.06.2024)

В. С. ТИМОШИНАБрянский государственный университет им. И.Г. Петровского,
(Брянск, Россия)**ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ КОРПУС ENGLISH-CORPORA:
СОСА КАК ИНТЕРМЕДИАЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТ
ПРИ ОБУЧЕНИИ СТУДЕНТОВ ЯЗЫКОВОГО ПРОФИЛЯ****ENGLISH-CORPORA LINGUISTIC CORPUS: COCA AS AN INTERMEDIATE
TOOL FOR TEACHING STUDENTS OF A LANGUAGE PROFILE****Аннотация**

В статье рассматривается возможность применения лингвистического корпуса на занятиях по английскому языку среди студентов языкового профиля. Предлагается пошаговая инструкция по разработке занятия при работе с интермедиальным инструментом языкового корпуса.

Abstract

The article considers the possibility of using the linguistic corpus in English classes among students of a language profile. A step-by-step instruction is offered on how to develop a lesson when working with an intermediate language corpus tool.

Ключевые слова: *интермедиальный инструмент, лингвистический корпус, языковой профиль, аутентичные материалы*

Keywords: *intermediate instrument, linguistic corpus, language profile, authentic materials*

Глобальная цифровизация охватывает все аспекты жизни, в том числе и образовательную среду, частично диктуя условия для ее развития. Тенденции в образовании меняются, что подтверждается государственной политикой. Например, в рамках нацпроекта «Образование» 2019-2024 гг. реализуется федеральный проект «Цифровая образовательная среда». Используя современные технологии, преподаватели меняют подход к планированию и проведению занятий: используют интерактивные доски, цифровые платформы (учи.ру, сферум и другие), частично или полностью проводят занятия онлайн. Преподаватели иностранных языков получают доступ к аутентичным материалам через электронные версии зарубежных учебников, словари, лингвистические корпуса, периодику.

Директивное обучение в вузах отходит на задний план под влиянием тренда на гуманизацию образования. При обучении студентов языкового профиля преподаватель сталкивается с тем, что студенты готовы активно идти на диалог, высказывать и отстаивать свое мнение. При этом возможность, которую может дать преподаватель — направить исследовательский интерес студентов в русло повышения языковой компетенции.

По мнению И.А. Шевелевой в процессе грамотно выстроенной работы и организации диалога в образовательном пространстве, меняется сущность процесса обучения. В результате постепенной активизации учащихся и открытого диалога, преподавателю и обучающемуся удастся перейти от формальных иерархичных отношений к равноправному партнерству и сотрудничеству [Шевелева, 2022, с. 219]. Этот момент играет значимую роль при создании условий для активной научной деятельности студентов.

Заинтересованность студентов в самостоятельном поиске знаний является ключевым элементом в качественном обучении. Предполагая наличие у студентов активного интереса к содержимому цифрового пространства, преподаватель может применять на своих заняти-

ях онлайн-инструменты, предоставляя обучающимся возможность подобрать для себя наиболее удобные приспособления для самостоятельного изучения языка. В этом плане внимание привлекают комплексные и интермедиальные (от лат. “Inter” – между) инструменты.

Понятие интермедиальности изучается учеными в зависимости от контекста его употребления. Обобщенное понятие – взаимодействие медиа. Интермедиальным может быть то, что является для нас вполне привычным в использовании. Поисковые системы – пример, когда развитие объекта на основе принципа интермедиальности создало высококачественный продукт. Через поисковые системы можно получить информацию о разных видах медиа: художественных произведениях искусства, музыке, литературе, скульптуре и не только. Следовательно, интермедиальным инструментом можно назвать те технологии, благодаря которым пользователь может взаимодействовать с разными видами медиа.

В данной работе речь пойдет о возможности построения занятия на основе принципа интермедиальности у студентов языковых вузов с использованием лингвистического корпуса English Corpora. Так как следуя принципу интермедиальности, преподаватель организует работу студентов таким образом, что разнообразие ее форм и количество используемых медиа, отражающих базовые идеи изучаемой темы, способствуют эффективному усвоению информации, формированию умений и навыков работы с ней, ее анализа и наглядного представления, работы в команде, построения монологического и диалогического высказывания на иностранном языке при реализации ведущих мегатрендов в образовании и установлении прочных междисциплинарных связей [Клименко, 2022, с. 207]. Результатом занятия является ознакомление студентов с новейшим инструментом через активную практическую деятельность.

Корпусная лингвистика — тот случай, когда глобализация и переход информации во всемирную сеть, несет позитивное значение для развития науки. Корпуса — это массивы лексических данных, помогающие исследователям находить множество новых связей. Корпуса создаются на основе аутентичных текстов, отобранных определенным образом и структурированных для удобства использования.

Языковые корпуса могут быть сформированы на разных языках, в том числе на нескольких сразу, могут иметь разные размеры, жанры и периоды охвата. К числу наиболее крупных англоязычных корпусов с объемом более 1 миллиарда слов относятся: NOW, iWeb, GloWbe, Wikipedia, Hansard, Coronavirus, English Corpora: COCA. Для данного исследования наибольший интерес представляет последний, так как создан на базе аутентичных текстов разных жанров, сбалансированных и имеющих достаточный фонд данных.

Доступ к лингвистическому корпусу COCA можно получить, зарегистрировавшись на сайте, что не вызывает сложностей у исследователей.

Интерфейс English Corpora предоставляет большое количество вариантов применения возможностей корпусов в преподавательской деятельности. Исследование может быть направлено на частотность употребления определенных слов, на поиск лексической сочетаемости, на подбор аутентичных материалов, и это только часть функционала, который формирует мнение о корпусе как об интермедиальном инструменте.

COCA имеет связи и с другими интернет-источниками. Так, при поиске значения слова, пользователь может переходить в разные словари для уточнения информации. Кроме того, проверить корректность произношения можно за счет перехода на «видеохостинги» (с англ. “*video hosting*” – *размещенное видео*). Такое медиаразнообразие в рамках одного проекта способствует развитию интермедиальных связей при проведении исследовательских работ и может применяться в преподавательской деятельности.

Одним из вариантов проведения занятия со студентами языковых вузов может стать практическая деятельность обучающихся с пошаговой инструкцией. Для того, чтобы более наглядно показать, как работает COCA и как можно использовать принцип интерме-

диальности, следует выбрать художественное произведение, так как такой выбор может служить подспорьем при разработке занятий по разным темам. Приведем пример.

Цель занятия — предоставление возможности и условий для самостоятельной деятельности студентов, овладения практическими навыками работы с языковым корпусом, выработка собственного творческого решения задачи.

На сайте Thematic Poems and Poetry (famouspoetsandpoems.com) выбрать интересующий раздел.

Найти название раздела, используя сайт English-Corpora: COCA.

Посмотреть связанные с разделом слова.

Посмотреть связанные с разделом картинки и видеоролики.

Составить опорную схему по разделу.

1) Выбрать стихотворение для анализа.

Загрузить текст на сайте English-Corpora: COCA.

Выбрать незнакомые слова и выражения из текста.

Подобрать синонимы к словам.

Подобрать натурально звучащие фразы с данными словами.

Составить опорные предложения.

2) Презентовать свою точку зрения относительно проблемы, затронутой в стихотворении по выбранной теме, используя найденную информацию: подготовить опорную блок-схему или “mind map”, выступить в классе.

Представим, как будет происходить процесс поиска и представления информации. Предположим, студент выбирает на сайте Thematic Poems and Poetry (famouspoetsandpoems.com) раздел “Freedom poems”, стихотворение “Holy Freedom” by Raymond A. Foss.

Исследуем слово “Freedom”, чтобы иметь более образное представление по выбранной теме. Для этого вводим его в поисковой строке корпуса, нажимаем *Word, see detailed info for word* (рис. 1).

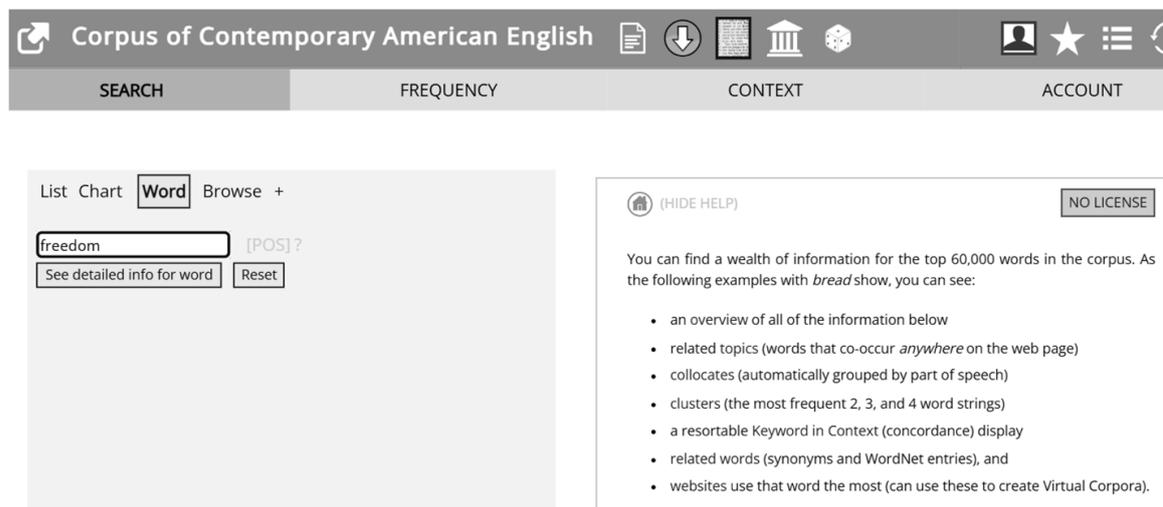


Рис. 1 — Поисковый запрос в English Corpora

В открытом окне видим информацию, разделенную на блоки по смысловой нагрузке (рис. 2). На этом этапе начинает подтверждаться интермедальность корпуса: изучаем статистику употребления слова по жанрам, видим ссылки для перехода на видеохостинги *YouGlish*, *PlayPhrase*, *Yarn*, просматриваем разделы *synonyms*, *topics*, *collocates*, *related words*, *clusters*, *texts*, *concordance lines*. Значение слова можно увидеть под статистическими данными, дополнительно можно перейти в словари нажав на буквы *D*, *M*, *O*, *C*,

G, E. На данном этапе важно, чтобы у студента возник интерес познакомиться ближе с лингвистическим корпусом.

The screenshot shows the search results for the word "freedom" in the English Corpora interface. The interface has tabs for SEARCH, WORD, CONTEXT, and ACCOUNT. The WORD tab is active, showing a bar chart of the word's frequency across different media types: BLOG, WEB, TV/M, SPOK, FIC, MAG, NEWS, and ACAD. Below the chart, the definition is given: "1. the condition of being free 2. immunity from an obligation or duty". There are also links to various resources like YouGlish, PlayPhrase, and Yarn. The SYNONYMS section lists words like frankness, candor, ease, frankness, freedom, openness, liberty, choice, freedom, independence, liberty, self-determination, sovereignty, looseness, inventiveness, looseness, nonconformity. The TOPICS section lists related concepts like liberty, religious, democracy, religion, constitution, freely, amendment, speech, ideal, uphold, morality, tolerance, proclaim, civil, propaganda, prosperity, regime, suppress, worship, constitutional. The COLLOCATES section lists related words for different parts of speech: NOUN (speech, right, religion, expression, information, act, press, democracy), VERB (enjoy, fight, protect, defend, limit, guarantee, gain, restrict), ADJ (religious, academic, human, individual, personal, economic, intellectual, fundamental), and ADV (ie, eg, constitutionally, new, paradoxically, inextricably, responsibly, jealously). The RELATED WORDS section lists free, free, freely, freed, freeing, unfree, freedom-loving.

Рис. 2 — Результат поискового запроса в English Corpora

Сделав всего один запрос о конкретном слове через языковой корпус, студент знакомится с целым набором инструментов, которые можно использовать самостоятельно при проведении различного вида работ. Для обучающегося открывается возможность изучить медиа по волнующей теме с точки зрения литературы разных жанров и аутентичных видеоматериалов.

The screenshot shows the navigation bar of the English Corpora website. The title is "Corpus of Contemporary American English". There are icons for a document, a download arrow, a text document, a classical building, and a die. Below the title are tabs for SEARCH, WORD, and CONTEXT. A red arrow points to the text document icon.

Рис. 3 — Навигация по сайту English Corpora

Переходим к анализу текста. Эта часть задания несколько сложнее, так как требует более внимательного и вдумчивого выполнения. Загружаем стихотворение Holy Freedom, нажав на иконку текста (рис. 3-4).

The screenshot shows the text analysis interface. At the top, there are tabs for "-SAMPLES-" and "MY TEXTS". Below is a text area containing the following text: "Freedom, given by our God, at such an awful cost Freedom from the yoke of sin, the separation from God But a freedom with responsibility, with risk, requiring of us to exhibit, to live holy fruits of the spirit not the failings, the spoiled fruit of the flesh,". Below the text area are two buttons: "ANALYZE TEXT" and "CLEAR".

Рис. 4 — Запрос на анализ текста на сайте English Corpora

Далее текст обрабатывается через данные языкового корпуса (рис. 5). На этом этапе слова с разной частотностью подсвечиваются в тексте по-разному, что возможно использовать как критерий оценки при анализе текста, написанного учащимся.

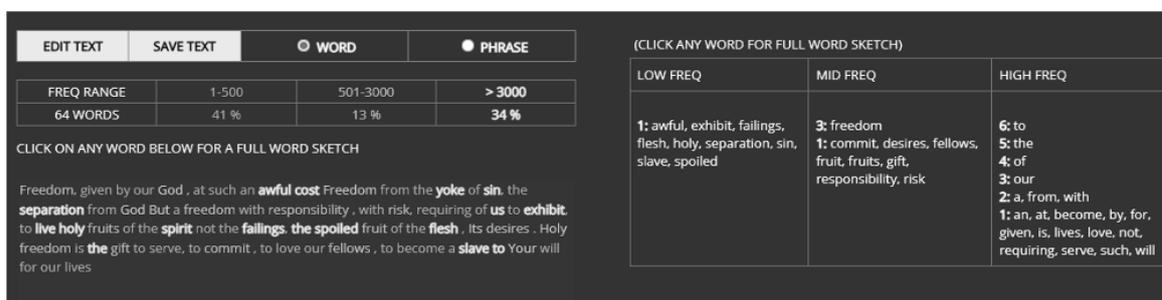


Рис. 5 — Результат анализа текста на сайте English Corpora

Пользователь может использовать различные инструменты, для анализа конкретных слов из произведения. К каждому слову, имеющему достаточную частотность употребления (60 000), на сайте можно найти словарное определение, перевод, синонимы, видео, связанные изображения и многое другое.

Для того, чтобы студент подобрал натурально звучащие выражения с незнакомыми словами, он может изучать слово отдельно, кликнув по нему, или использовать систематизированную систему поиска, переключившись на *PHRASE*. Последняя дает возможность быстро и точно найти связанные выражения к искомому слову или фразе из аутентичных текстов, подобрать синонимы или найти частотность употребления словосочетания (рис.6).

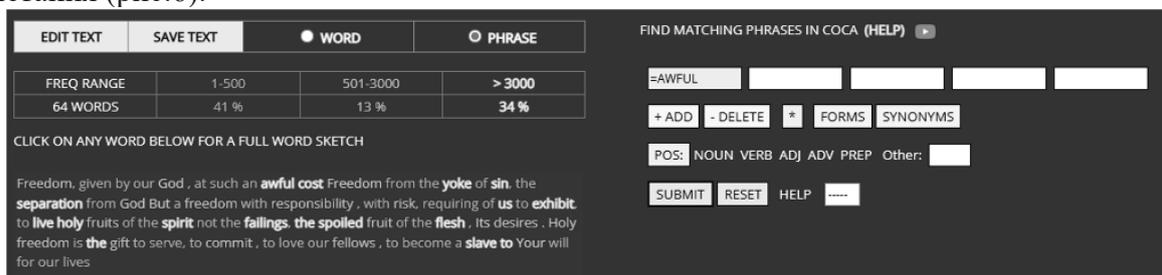


Рис. 6 — Систематизированная система поиска внутри языкового корпуса

Имея представления о том, как правильно составлять запрос, пользователь сможет найти то, что его интересует. Видео-инструкции доступны на сайте.

Суммируя вышесказанное, использование языковых корпусов в преподавательской деятельности открывает возможности для активной практической деятельности обучающихся и для реализации скрытого потенциала. Корпус — сборник ресурсов, которые можно использовать в разных плоскостях и с разными целями. Преимущества использования корпуса видим в скорости и объемах получаемой информации, взаимосвязи медиа.

Более того, принцип интермедальности, лежащий в основе работы корпусов, позволяет сделать занятие более интерактивным и разнообразным. Такой вариант проведения исследований полезен для студентов тем, что используется индивидуальный подход, ядром которого при углубленном изучении становятся новейшие аутентичные тексты и видеоматериалы, словарные статьи.

SEARCH		FREQUENCY	CONTEXT	ANALYZE TEXT
ON CLICK: CONTEXT TRANSLATE (RU) ENTIRE PAGE GOOGLE IMAGE PRON/VIDEO BOOK THESAURUS (HELP) ▶				
HELP	ALL FORMS (SAMPLE: 100 200 500)	FREQ	TOTAL 269,696	UNIQUE 13
1	POOR [S]	121417		
2	TERRIBLE [S]	52160		
3	AWFUL [S]	27962		
4	HORRIBLE [S]	27463		
5	SHOCKING [S]	10304		
6	UNPLEASANT [S]	7035		
7	HORRIFIC [S]	6279		
8	POORER [S]	5210		
9	POOREST [S]	4574		
10	DREADFUL [S]	4032		
11	APPALLING [S]	3124		
12	POORS [S]	113		
13	TERRIBLES [S]	23		
TOTAL		269696		

Рисунок 7: Результат поиска синонимов к слову *AWFUL* по частоте употребления

Возможности применения English Corpora напрямую зависят от интереса обучающегося и понимания того, как можно использовать языковой корпус. Следовательно перед проведением исследований с использованием СОСА, следует объяснить студентам базовые принципы работы с инструментом.

Список литературы

1. Клименко, М. В. Реализация принципа интермедиаальности при обучении студентов языкового профиля // Вопросы современной филологии и проблемы методики обучения языкам : Сборник научных статей по итогам Юбилейной X Международной научно-практической конференции, Брянск, 14–16 октября 2022 года. – Брянск, 2022. – С. 203-207.
2. Шевелева, И. А. Роль диалога в гуманизации современного образовательного процесса / И. А. Шевелева, И. Г. Якимович // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. – 2022. – № 2(62). – С. 217-223.

И. А. ТИСЛЕНКОВА

Волгоградский государственный технический университет
(Волгоград, Россия)

ДЕМОНСТРАТИВНАЯ ТОНАЛЬНОСТЬ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ ВРАЧА

DEMONSTRATIVE TONALITY IN THE PROFESSIONAL COMMUNICATION OF A DOCTOR

Аннотация

Статья посвящена функциям и средствам выражения демонстративной тональности в профессиональной коммуникации врача в рамках медицинского дискурса. Используются методы дискурсивного и психолингвистического анализа речи. Анализ демонстративной тональности проводится на материале персонажной речи произведений художественной литературы, художественного фильма и записей высказываний врача из личной картотеки записей устной речи. В результате исследования устанавливает-

ся, что в интеракции врача с пациентом преобладает положительная демонстративная тональность, выражаемая языковыми средствами (гиперболой, гиперболическими тропами) и неязыковыми единицами (демонстративной просодией, кинесическими демонстративами), которая используется с целью подтверждения его профессионализма, опыта, утверждения авторитета, поддержания иерархии взаимоотношений, установления доверительных отношений с больным, позитивной эмоциональной связи и оказания воздействия. Коммуникативная демонстративность актуализирует контактоустанавливающую, автопрезентующую, персуазивную и суппортивную функции.

Abstract

The article is devoted to the functions and means of expressing demonstrative tonality in the professional communication of a doctor within the framework of medical discourse. The methods of discursive and psycholinguistic analysis of speech are used. The analysis of demonstrative tonality is carried out on the material of character speech from the works of fiction, a feature film and recordings of doctor's statements from the personal file of oral speech recordings. As a result of the study, it is established that in doctor's interaction with the patient, the positive demonstrative tonality prevails, which is expressed by linguistic means (hyperbole, hyperbolic tropes) and non-linguistic units (demonstrative prosody, kinesic demonstratives), used to confirm his professionalism, experience, assert authority, maintain a hierarchy of relationships, establish trusting relationships with the patient, positive emotional connection and impact the recipient. The communicative demonstrativeness actualizes contact-establishing, self-presenting, invasive and supportive functions.

Ключевые слова: демонстративная тональность, коммуникативный демонстратив, медицинский дискурс, демонстративная просодия, самопрезентация, языковая личность.

Keywords: demonstrative tonality, communicative demonstrative, medical discourse, demonstrative prosody, self-presentation, linguistic personality.

В профессиональной коммуникации специалисты используют демонстративную тональность как способ систематизации и вербализации ментальных конструкторов для передачи смыслов адресату по коммуникативным каналам с целью воздействия, имеющую как семиотический, так и лингвосемиотический характер.

Демонстративная тональность (син. – коммуникативная демонстративность) представляет собой эмоционально-стилевую форму коммуникации, характеризующуюся очевидным однозначным прямым представлением своего образа, преувеличением его значимого качества, акцентированностью доминирующей эмоции, выражаемых средствами семиотической полимодальности, включающими языковые и неязыковые единицы (демонстративы) [Тисленкова, 2023].

Цель настоящей статьи состоит в описании функций и средств реализации демонстративной тональности в профессиональной коммуникации врача с пациентом. В работе используются методы дискурсивного и психолингвистического анализа речи.

Анализ демонстративной тональности проводится на материале персонажной речи произведений художественной литературы, художественного фильма и записей высказываний врача из личной картотеки записей устной речи (КЗУР). Рассматривается первичный медицинский дискурс и художественно воспроизведенный дискурс. Вторичный дискурс соответствует первичному, основывается на действительном взаимодействии в типичных условиях и воспроизводит его достоверные характерные черты.

Общение врача с пациентом в медицинском дискурсе направлено на оказание квалифицированной медицинской помощи, состоящей в диагностике заболевания, назначении

и проведении лечения и даче рекомендаций для самостоятельных действий [Сатретдинова, 2024]. Обстановкой общения является прием врача-специалиста, обход, консультация, местом общения – поликлиника, больница, кабинет врача, карета скорой помощи. Специфическая символика включает медицинскую форму, инструментарий, печать врача или лечебного учреждения, документацию. Также присутствуют статусно-ролевые функции участников коммуникации [Кысмуратова, Ниетбайтеги, 2014; Линник, 2020]

Демонстративная тональность присутствует в речевых жанрах знакомства, сбора анамнеза, жалобы, рекомендации, опроса, интервью и беседы, которыми пользуется специалист. Обратимся к анализу функций и средств актуализации демонстративной тональности в речи врача.

(1) – Вы – поэт?

– Поэт, – мрачно ответил Иван

– Вы – профессор?

На это Стравинский *предупредительно-вежливо наклонил голову*.

– И вы – здесь главный? – продолжал Иван.

Стравинский и на это поклонился [Булгаков, www].

В диалоге (1) показана ситуация знакомства доктора с больным. Профессор прибегает к использованию положительной демонстративной тональности, выраженной кинесическими демонстративами (*предупредительно-вежливо наклонил голову, поклонился*), чтобы показать свою благожелательность и авторитет. Демонстративность выполняет здесь контактоустанавливающую и автопрезентующую функции.

(2) Пациент: Нет, я боюсь принимать какие-либо гормональные препараты.

Врач: Не переживайте. Это же общераспространенная мировая практика. *Все, кому я уже много лет выписывала эти таблетки, отлично себя чувствуют*. И главное – мои пациенты продлили свою молодость [КЗУР].

В примере (2) демонстративная тональность, актуализируемая гиперболой и гиперболическим эпитетом, используется с персуазивной целью для обеспечения эффективного лечения.

Демонстративная тональность в речи врача оказывает значительное влияние на эмоциональное состояние пациента и его готовность к лечению. Когда доктор выражает свою заинтересованность, эмпатию и понимание, это создает благоприятную атмосферу для лечения. Пациент начинает чувствовать, что его проблема действительно важна для врача [Kim, 2023]. Это способствует развитию доверительных отношений между пациентом и врачом [Zhang, 2023].

(3) Елизавета Ивановна лежала на постели рядом со своей больной дочерью, зарывшись лицом в грязные, замаслившиеся подушки. Войдя в комнату, доктор скинул с себя пальто и, оставшись в старомодном, довольно поношенном сюртуке, подошел к Елизавете Ивановне. Она даже не подняла головы при его приближении.

– Ну, полно, полно, голубушка, – *заговорил доктор, ласково погладив женщину по спине*. – Вставайте-ка! Покажите мне вашу больную.

И точно так же, как недавно в саду, *что-то ласковое и убедительное, звучавшее в его голосе, заставило Елизавету Ивановну мигом подняться с постели и беспрекословно исполнить все, что говорил доктор* [Куприн, www].

(4) Доктор ездил каждый день, щупал пульс, смотрел язык и, не обращая внимания на ее убитое лицо, *шутил с нею*. [Толстой, www]

В отрывках (3) и (4) врач употребляет положительную коммуникативную демонстративность, реализуемую кинесическим демонстративом (*ласково погладив женщину по спине*), демонстративной просодией (*что-то ласковое и убедительное, звучавшее в его голосе; шутил с нею*) и несущую суппортивную функцию.

В любом коммуникативном действии в рамках медицинского дискурса говорящие играют нужную роль согласно правилам и специфике речевой ситуации, тональности общения, ожиданиям участников и своим целям [Renne, 2023].

(5) Это оригинально. Меня приятно поражает в вас склонность к обобщениям. *А моя характеристика, которую вы изволили только что сделать – просто блестящая. Признаться, беседа с вами доставляет мне громадное удовольствие* [х/ф Палата № 6, 2009].

В примере (5) положительная демонстративность, реализуемая гиперболическими эпитетами, обеспечивает эмоциональную связь с пациентом с целью расположить его к себе, когда он испытывает тревогу или недоверие. Демонстративная тональность выполняет в данной ситуации контактоустанавливающую функцию.

Таким образом, в профессиональной коммуникации врача преобладает положительная демонстративная тональность, выражаемая языковыми средствами (гиперболой, гиперболическими тропами) и неязыковыми единицами (демонстративной просодией, кинесическими демонстративами), которая используется с целью подтверждения его профессионализма, опыта, утверждения авторитета, поддержания иерархии взаимоотношений, установления доверительных отношений с больным, позитивной эмоциональной связи и оказания воздействия. Коммуникативная демонстративность актуализирует контактоустанавливающую, автопрезентующую, персуазивную и суппортивную функции.

Список литературы

1. Булгаков, М. А. Мастер и Маргарита. – Текст: электронный. – URL: <http://m-bulgakov.ru/sochineniya/master-i-margarita-okonchatelnaya-redakciya> (дата обращения: 25.07.2024).
2. КЗУР – Картотека записей устной речи.
3. Куприн, А. И. Чудесный доктор. 1897. – URL: https://kartaslov.ru/русская-классика/Куприн_А_И/Чудесный_доктор#p51 (дата обращения: 25.07.2024).
4. Кысмуратова, Ж. Т. Лингвистические особенности медицинского дискурса / Ж. Т. Кысмуратова, К. А. Ниетбайтеги // Наука и образование: Новое время. – 2014 – № 1(1). – С. 48-52.
5. Линник, Л. А. Медицинский дискурс в отечественном и зарубежном языкознании // Доклады Башкирского университета. – 2020. – Т. 5. – № 3. – С. 194-199.
6. Палата № 6. Художественный фильм. Реж. К. Шахназаров, А. Горновский. Киностудия «Мосфильм». Киностудия «Курьер». 2009. – URL: <https://yandex.ru/video/preview/1526060307728110089> (дата обращения: 25.07.2024).
7. Сатретдинова, А. Х. Лингвистические особенности медицинского дискурса // Глобальный научный потенциал. – 2024. – №1 (154). – С. 196.
8. Тисленкова, И. А. Самопрезентация как ведущий признак коммуникативной демонстративности // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. – 2023. – Т. 42. – № 3. – С. 576-584.
9. Толстой, Л. Н. Война и мир. 1873. – URL: https://kartaslov.ru/русскаяклассика/Толстой_Л_Н/Война_и_мир_Том_третий/16#p319 (дата обращения: 25.07.2024).
10. Kim, U. A. Institutional Medical Discourse and its Characteristics / U. A. Kim // Копееведение в Казахстане. – 2023. – Вып. 16. – С. 104.
11. Renna, D. Professional Discourse across Medicine, Law, and Other Disciplines: Issues and Perspectives // *Lingue e Linguaggi*. – 2023. – Vol. 59. – P. 477.
12. Zhang, X. The Interaction of Everyday Discourse and Professional Discourse / X. Zhang, J. Luo, Q. Chen // *Studies in Logic*. – 2023. – Vol. 16. – № 6. – P. 102-120.

Л. А. ТУГАЙ, А. А. МИРОНОВА

Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)
(Челябинск, Россия)

РЕЧЕВЫЕ ПРИЕМЫ ИМИТАЦИИ ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОГО СТИЛЯ В МОШЕННИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

SPEECH TECHNIQUES FOR IMITATING THE OFFICIAL BUSINESS STYLE OF FRAUDULENT DISCOURSE

Аннотация

В статье уделяется внимание мошенническому дискурсу, исследуются тексты дословного содержания фонограмм. Источник – материалы уголовных дел, возбужденных по статье мошенничество ст. 159 УК РФ. Обозначается разница между письменными и устными текстами в официально-деловом стиле. Показывается, как на основе институционального дискурса мошенник выстраивает свою коммуникацию. Обозначаются следующие виды имитации: речевого поведения и инсценировка речевого события. Транслируется процесс применения речевых приемов профессиональной речи в мошенническом дискурсе. На примерах обозначается нарушение лексических и грамматических норм, свойственных официально-деловому стилю, в мошенническом дискурсе. Обозначена причина игнорирования грубого нарушения данных норм со стороны адресанта и как следствие беспрекословное следование жертвы указаниям преступника.

Abstract

The article pays attention to fraudulent discourse, examines the texts of the literal content of phonograms. Source – materials of criminal cases initiated under the article fraud of Article 159 of the Criminal Code of the Russian Federation. The difference between written and oral texts in an official business style is indicated. It shows how a fraudster builds his communication on the basis of institutional discourse. The following types of imitation are indicated: speech behavior and staging of a speech event. The process of using speech techniques of professional speech in fraudulent discourse is broadcast. Examples indicate the violation of lexical and grammatical norms inherent in the official business style in fraudulent discourse. The reason for ignoring the gross violation of these norms on the part of the addressee and, as a result, the victim's unquestioning adherence to the instructions of the perpetrator is indicated

Ключевые слова: *мошеннический дискурс, дословное содержание фонограмм, официально-деловой стиль, имитация речевого поведения, инсценировка речевого события, речевые приемы.*

Keywords: *fraudulent discourse, verbatim content of phonograms, official business style, imitation of speech behavior, staging of a speech event, speech techniques*

Введение. События новейшей истории, которые переживает наша страна, отражаются на всех сферах жизни общества, коммуникация не является исключением. Тенденции развития современного дискурса, обозначенные Г. Г. Слышкиным и В. И. Карасиком [Слышкин, Карасик, 2021], такие как коммуникативное перенасыщение и утрата иммунитета к нежелательной коммуникации, трансформация институциональности современного дискурса отразились и на мошенническом дискурсе. Определение мошенниче-

ского дискурса как особого типа дискурса, целью которого является завладение чужим имуществом и получение выгоды путем обмана или злоупотребления доверием ввела Смирнова В. И. в статье «Дискурс технически опосредованного мошенничества: жанр «развод» / «разводилов» и его стратегии» [Смирнова, 2024].

Дискурс – это речь, «погруженная в жизнь» В. И. Карасик выделяет два типа дискурса личностный и институциональный [Карасик, 1992]. Статусно-ориентированный дискурс предполагает общение незнакомых или малознакомых людей [Крысин, 2021], возможность обратиться к незнакомому человеку с позиции «сверху вниз» и потребовать выполнения того или иного действия, имитируя профессионала в определенной сфере деятельности (банковской, правоохранительной, юридической и т.д.). Именно поэтому данный дискурс часто берется злоумышленником за основу для реализации своих преступных планов.

В данной работе рассмотрим мошеннический дискурс как имитацию статусно-ориентированного дискурса, проанализируем трансформацию речевых приемов официально-делового стиля.

Объектом исследования являются тексты дословного содержания спорных фонограмм. Источник – материалы уголовных дел, возбужденных по статье мошенничество ст. 159 УК РФ, осуществляемого при помощи мобильных средств связи.

В ходе научного исследования использованы такие методы изучения, как анализ, синтез, наблюдение, классификация, описательный метод, метод компонентного анализа.

Статусно-ориентированный дискурс как основа мошеннического дискурса. Статусно-ориентированный дискурс реализуется в сфере деловых отношений (область права, область образования, правоохранительная деятельность и т.д.) В письменных текстах статусно-ориентированный дискурс оформляется в официально-деловом стиле, которому присущи следующие особенности:

- 1) канцелярская лексика (глаголы: уведомить, ходатайствовать; отглагольные существительные: оплата, состояние, распоряжение, осуществление, анкетирование, согласование, управление; предлоги: во избежание, на основании);
- 2) специальные слова и термины, появление которых обуславливается содержанием (профессионализмы);
- 3) отсутствие экспрессии и просторечий.

Официально-деловой стиль строг, но в рамках административно-канцелярского подстиля функционирует в устной форме и должен быть понятен любому обывателю. В рамках коммуникативного события происходит имитация речевого поведения и инсценировка речевого события. Способ совершения преступления – дистантный. Основной целеустановкой адресанта является побуждение адресата к оценке данного события как достоверного («*В общем по вине вашего сына пострадал парень*»; «*Пока он находится здесь у меня в отделении, значит, я ему помогу*»), а также к принятию решения в интересах адресанта. Отметим, что исследованию подверглась устная речь мошенника.

Сопоставляя устную и письменную формы профессиональной речи, Т. Г. Винокур делает интересный вывод о том, что в профессиональной устной речи сталкиваются две тенденции: тяготение к социальному стереотипу речи («говорю, как принято говорить на эту тему с этой целью») и, наоборот, стремление преодолеть это ограничение («не так, как принято, а по-своему»). Исходя из этого, специальная устная профессиональная речь, по мнению ученого, совмещает разностилевые элементы, среди которых могут быть и различного рода устойчивые выражения – как образно-экспрессивные, так и терминологические.

Сам факт выделения в деловом общении убеждающего, экспрессивного и суггестивного видов общения говорит в пользу возможности использования фразеологизмов и дру-

гих устойчивых оборотов, поскольку целями общения в указанных условиях являются: сформировать определенный психоэмоциональный настрой у собеседника, передать переживания, чувства, убедить в правомерности стратегий взаимодействия, сделать своими единомышленниками, вызвать у собеседника определенные чувства, оказать внушающее воздействие на делового партнера для изменения мотивации, ценностных ориентиров и т. д.

Речевые приемы имитации профессионально речи.

1. Эмоциональное окрашивание.

Негативная оценка ситуации, через негативную оценку лиц противоположного пола: «(Что там) за мужчины работают?! Бесплезно с ними!»; «Контрольно-ревизионная комиссия, они уже все обналичены, потому что там мужчины, я не знаю, чем они занимаются-, чем они слушают, чем договора читают»; негативная оценка выражается в использовании лексики с семантикой отрицания: «ни с одной инкассации нормальной и не было»; «потому что вот эти два платежа, они были неправильные у вас»; «инкассационный отдел был другой, до этого, до нас, мы вот с понедельника с ними мы работаем, они, я не знаю, видимо не понимают, чего от них требуют»

2. Метафоры и аналогии, афоризмы. Сравнение предмета или явления с чем-то аналогичным для улучшения понимания адресантом.

«Я повторю, я также сейчас оплачиваю деньги свои, кровно заработанные, как и вы».

«Я хочу у, мне д-, у меня должны быть гарантии, я хочу быть уверен, что вы меня, простите, не водите за нос, потому что обманываете только вы меня».

«Я еще раз вам повторяю, меня не нужно под одну гребенку со всякими людьми сравнивать, мы для вас подготовили деньги, оформили перевод, мы ждем только вас».

3. Риторические вопросы

Привлечение внимания собеседника при помощи постановки вопроса, формально соотносящегося с риторическим: «Ну-у-у, а что делать? Смотрите, у вас к получению два с половиной миллиона. Если эти деньги нужны - пожалуйста, можем перевести, с вас оплата комиссии, это десятка. Оплачиваете - переводим», «Тут что я могу сделать без вас? Я за вас комиссию оплатить, простите, не могу».

4. Повторение: Многократное повторение ключевых идей или фраз для усиления запоминания и воздействия.

«Я повторю, ещё раз. До одиннадцати часов с тебя десять.» «Поэтому сейчас, смотри, иди, до одиннадцати оплачивай десятку.» «вот, десятка, её нужно оплатить до одиннадцати».

«А кто, кто, кто это, кто это вам, кто это вам такую информацию дал?»; «А, ну эт, ну хотя бы так, да»; «Одним платежом, одним платежом, и переводы вы, я смотрю делали, там «Форсажи» какие-то, через почту что ли?»; «Перевод у вас должен быть «Юнистрим», запишите, это делается перевод в «Связном», «Юнистрим». «Форсажи», это я так понимаю, у вас, я смотрю, там еще платежи были, это вы что им оплачивали»; «Я вам (всё), я вам сейчас всё продиктую»; «Ну надо где-то перезанять тогда, Ирин, надо где-то перезанять, потому чтоб, чтобы доставить вам, (мне нужно)»; «Перевод «Юнистрим». «Юнистрим»»; «И фамилия, имя, отчество получателя - Глазков, Глаз-ков. Глазков»; «Да, Артем Сергеевич. Глазков Артем Сергеевич»; «Это вы мне звоните, вы мне звоните. Нечаянно?»; «Так, а когда вы возьмете? Когда возьмете? Когда возь-»; «Да, пожалуйста, пожалуйста, пожалуйста»; «Да нет, вот именно, Людмила Николаевна, вы ду-, я же, я же, э-э»; «Ну, ладно, я тогда ему позвоню сейчас, переВенесу вас на понедельник. В понедельник внесете сорок тысяч рублей, да?»

5. Использование аллитерации и ритма.

Расположение мелодического максимума на словах, несущих смысловую нагрузку; увеличение длительности и интенсивности произнесения ударных слогов; послоговое произнесения ряда слов; нарушение плавности интонации в связи с наличием «добавочных» компонентов (уточняюще-поясняющих, вставных и т.п. конструкций), обусловленное наличием пауз хезитации и запинками; интонационный рисунок фразы характеризуется наличием фрагментов, оформленных повышением/понижением тона

7. Примеры и цитаты: Иллюстрация идей и аргументов с помощью примеров из реальной жизни или цитат известных людей.

М1 - [*мелодический сигнал*] Ка, эр. Сейчас, одну секундочку, простите пожалуйста, секунду.

Ж1 - Да, да. Да, да.

- [*разговор по телефону*]

М1 - Да, слушаю, Яковлев.

М1 - Ага.

М1 - [*смеется*] Я, О-, О-, Олг-, Олга Степановна, я понял, я понял вас. Скажите мне, сумму точную получили?,

М1 - А, нет, не декла-

М1 - Да, да, вот длинный чек, который выдали.

М1 - Ну в два раза сложите его, ниче страшного.

М1 - Да обычным, конечно, конечно, обычным. Зачем заказным? Просто обычный конверт и синий ящик.

М1 - [*смеется*] Хорошо.

В данном примере адресант прерывается на второй телефонный звонок, в ходе которого его благодарят за уже полученные денежные средства. Для слушающего разыгрывается успешная реализация сценария, в котором она на данный момент чувствует.

8. Акцентирование внимания. Использование интонации, пауз для привлечения внимания к важным моментам.

Паузация часто обусловлена хезитацией, расстановка пауз не всегда соответствует семантико-синтаксическому строению фраз. Встречается заполнение пауз хезитаций нефонологическими звуками типа [э], [а], [м], а также увеличением длительности фонации слов: «А, Валентина Петровна, доброе утро. ... удобно говорить?»; «М, в плане?»; «Э что-то случилось?»; «Ой, ну-у вы там держитесь», «Ну-у-э, а что делать?», «Ну-у, завтра вам позвонить или когда?» Стоит отметить, что приведенные примеры свидетельствуют о неумелом использовании этого речевого приема.

9. Частотное употребление специальной лексики финансовой сферы: «инкассационный отдел», «чек», «деньги ... обналичены», «сумма к получению», «квитанцию», «перевод «Юнистрим»», «платежом», «тендер выиграли», «комиссия», «денежный пакет», «банковские расчёты», «открытие банковской ячейки», «счёт».

Заключение. Таким образом, проанализировав как на базе институционального дискурса выстраивается мошенический дискурс посредством имитации официально-делового стиля общения, можно резюмировать следующее, что при первом приближении черты речевых приемов официально-делового стиля сохранены, но когда рассматривается каждый прием, то на первый план выходят грубые нарушения лексических и грамматических норм. К сожалению, данные нарушения ускользают из поля зрения жертвы, так как их внимание направлено либо на спасение своих близких родственников, либо на защиту финансового благополучия, либо они ослеплены возможностью разбогатеть. В любом случае, потерпевший во время коммуникативного события находится в сильном эмоциональном возбуждении, которое отключает критическое мышление и возможность здраво мыслить.

Список литературы

1. Карасик, В. И. Тенденции развития современного дискурса / В. И. Карасик, Г. Г. Слышкин // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2021. – №1. – С. 14–31.
2. Карасик, В. И. Язык социального статуса. – М.: Институт языкознания, 1992. – 330 с.
3. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1989. – 264 с.
4. Крысин, Л. П. Очерки по социолингвистике. – Москва: ФЛИНТА, 2021. – 355 с.
5. Материалы уголовного дела № 11801750031000152, СЧ ГСУ ГУ МВД России по Челябинской области, 2018.
6. Материалы уголовного дела №12001750005000827, СЧ ГСУ ГУ МВД России по Челябинской области, 2020.
7. Смирнова, И. В. Дискурс технически опосредованного мошенничества: жанр «развод» / «разводилов» и его стратегии // Жанры речи. – 2024. – Т. 19. – Вып. 1 (41). – С. 90–103.

У. И. ТУРКО

Елецкий государственный университет им. И. А. Бунина
(Елец, Россия)

ОРФОЭПИЧЕСКИЕ СЛОВАРИ КАК КОНСЕРВАТОРЫ ЯЗЫКОВОЙ НОРМЫ

ORTHOEPIC DICTIONARIES AS CONSERVATORS OF LANGUAGE NORM

Аннотация

В статье на материале словарей рассматриваются акцентные варианты. Фиксирование одного или нескольких акцентных вариантов зависит от целевого назначения кодифицирующего источника и степени жесткости языковой нормы, которой следуют составители словарей. Сосуществование разных акцентных моделей в словах на -ия объясняется использованием греческого, латинского образцов или влиянием языков-посредников. Различия в постановке ударения могут быть также обусловлены тенденцией произнесения слова в языке-доноре. На этапе адаптации иноязычного слова происходит приспособление его к нормам русской орфоэпической традиции. В источниках, предназначенных для работников СМИ, должен отражаться один произносительный образец. Рекомендации лексикографов в выборе нормативного образца разнятся, что свидетельствует, с одной стороны, об изменении языковой нормы, а с другой – о необходимости унификации фонетического паспорта слова.

Abstract

In the article, based on the material of dictionaries, the author examines accent variants. The fixation of one or several accent variants depends on the purpose of the codifying source and the degree of rigidity of the language norm followed by the compilers of dictionaries. The coexistence of different accent patterns in words in -iya is explained by the use of Greek,

Latin samples or the influence of intermediary languages. Differences in stress placement may also be due to the tendency of the word to be pronounced in the donor language. At the stage of adaptation of a foreign word, it is adapted to the norms of the Russian orthoepic tradition. Sources intended for media workers should reflect one pronunciation pattern. The recommendations of lexicographers in choosing a normative sample vary, which indicates, on the one hand, a change in the language norm, and on the other, the need to unify the phonetic passport of the word.

Ключевые слова: *акцентологическая норма, орфоэпическая норма, акцентный вариант, орфоэпический вариант, произносительный вариант.*

Keywords: *accentological norm, orthoepic norm, accent variant, orthoepic variant, pronunciation variant.*

Орфоэпические словари закрепляют языковые нормы и помогают в выборе образца произношения и ударения, являющегося актуальным в современной речевой практике.

В данной статье ставится цель – рассмотреть одну из проблем, связанных с отражением в лексикографических источниках акцентных вариантов, под которыми принято понимать формальные разновидности слова, имеющие отличное от других его вариантов место словесного ударения. Наличие акцентных вариантов – закономерное следствие развития языка на этапе становления норм ударения. Из всех языковых норм наиболее подвижными являются орфоэпические, так как они характеризуют звучащую речь, имеющую широкий диапазон варьирования.

Лексикографические источники призваны закрепить нормы орфоэпии, однако обращение к словарям показывает отсутствие единства данных о фонетическом паспорте слова. При работе с кодифицирующими изданиями можно обнаружить, что в научных трудах, выпущенных в приблизительно одно время, фиксируются разные произносительные варианты. Наличие одного или нескольких вариантов объясняется степенью жесткости языковой нормы, которой придерживаются составители словарей, включающие 1) строгую норму с одним произносительным образцом, 2) нейтральную, содержащую равнозначные варианты, 3) более подвижную, допускающую употребление разговорных, а также устаревших форм.

Если присутствие акцентных вариантов в словарях оправдывается ориентированностью на раскрытие отдельных аспектов слова (его орфографии, лексического значения, произносительных особенностей) и соотносится с задачами словаря, то существование неодинаковых акцентных образцов в словарях одного профиля расшатывает языковую норму.

Так, в «Большом орфоэпическом словаре русского языка», характеризующем произносительные тенденции начала XXI века, приводятся акцентные варианты *индустрия* и «допуст.» *индустрия* [Каленчук, 2018, с. 268]. Нужно отметить, что второй вариант считался устаревающим еще в конце XX века, так как в «Орфоэпическом словаре русского языка», изданном Р. И. Аванесовым в 1988 г., этот произносительный вариант имел соответствующую стилистическую помету: *индустрия* и «доп. устар.» *индустрия* [ОСРЯ, 1988, с. 191]. Мена ударения связана с употреблением вновь в середине XIX века греческой модели ударения на *-ия* [Горбачевич, 2009, с. 84].

Как отмечал К. С. Горбачевич, кодификация русского ударения на протяжении длительного времени считалась «запущенным участком нормализаторской работы» [Горбачевич, 2009, с. 53].

Несмотря на тенденции, которым следуют составители словарей, нужно учитывать, что отражение нескольких звуковых оболочек в словах, отмечаемых в кодифицирующих

источниках, ориентированных на работников радио и телевидения, приводит к орфоэпическому разнобою в СМИ. Так, в интервью «Российской газете» М. А. Штудинер сообщил, что в эфире должен быть один произносительный вариант. Если зритель или слушатель сталкивается с двумя пусть равноправными, но разными формами слова, то он «начинает концентрировать свое внимание на форме речи, а не на содержании – человек теряет нить сообщения» [Петин, 2016].

«Словарь трудностей русского языка для работников СМИ» включает «равноправные акцентные и произносительные варианты, которые, по мнению автора, являются актуальными в настоящее время» [Штудинер, 2016, с. 4] и соответствуют литературной норме. Однако необходимо отметить, что единообразия в рекомендациях авторов словарей не выработано. Указанный источник приводит формы *ма́ркетинг* и *марке́тинг* [Штудинер, 2016, с. 209], рекомендуя для работников СМИ вариант с ударением на первом слоге, в то время как другой словарь, тоже ориентированный на речь для эфира, предлагает только один произносительный вариант с ударением на втором слоге: *марке́тинг* [Зарва, 2001, с. 255]. «Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века» фиксирует новые слова и значения, среди которых отмечает заимствования из английского с ударением на центре слова *маркетинг*: *марке́тинг-дирéктор* [НСИЗ, 2014, с. 634], *марке́тинг-мéнеджер* [НСИЗ, 2014, с. 635], сопровождая их стилистической пометой «проф.».

В английском языке слово *маркетинг* произносится с ударением на первом слоге. В многосложных словах русского языка наблюдается тенденция к постановке ударения на втором, третьем слогах. Акцентная модель языка-источника объясняет ее использование в профессиональном языке. Однако в современной речевой практике лица, сфера интересов которых не связана с указанной отраслью, выделяют в произношении второй слог.

Слово *логопедия* в лексикографических источниках для дикторов также имеет неоднозначные акцентологические характеристики: *логопедíя* и *логопéдия* [Штудинер, 2016, с. 197]. Вариант, рекомендуемый для эфира, указан первым. Словарь М. В. Зарвы, наоборот, предлагает в качестве единственно возможного – слово с ударением на третьем слоге [Зарва, 2001, с. 243]. «Большой орфоэпический словарь русского языка» тоже дает это слово с запретительной пометой: «не рек.» *логопедíя* [Каленчук, 2018, с. 356], в то время как в «Большом энциклопедическом словаре медицинских терминов» приведен вариант *логопедíя* [БЭСМТ, 2012, с. 922].

В результате поведенного исследования можно сделать следующие выводы.

В нормативных изданиях у некоторых слов стойко удерживаются произносительные особенности, которые в современной речевой практике не находят широкое применение.

В словарях одного и того же профиля содержатся варианты, противоречащие друг другу.

Расхождение сведений об акцентологии слов свидетельствует о том, что необходимо выработать единые, непротиворечивые рекомендации в кодифицирующих источниках одного типа.

Список литературы

1. БЭСМТ – Большой энциклопедический словарь медицинских терминов / под ред. проф. Э. Г. Улумбекова. – М. : ГЭОТАР-Медиа, 2012. – 2263 с.
2. Горбачевич, К. С. Вариантность слова и языковая норма: На материале современного русского языка / отв. ред. Ф. П. Филин. – 2-е изд. – М.: Книжный дом «Либроком», 2009. – 240 с.
3. Зарва, М. В. Русское словесное ударение : Словарь. – Ок. 50 000 слов. – М. : НЦ ЭНАС, 2001. – 600 с.

4. Каленчук, М. Л. Большой орфоэпический словарь русского языка. Литературное произношение и ударение начала XXI века: норма и ее варианты / М. Л. Каленчук, Л. Л. Касаткин, Р. Ф. Касаткина. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : АСТ-ПРЕСС ШКОЛА, 2018. – 1024 с.

5. НСиЗ – Новые слова и значения : словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века : в 3 т. – Т. 2. – СПб.: Дмитрий Буланин, 2014. – 1392 с.

6. ОСРЯ – Орфоэпический словарь русского языка: Произношение, ударение, грамматические формы / С. Н. Борунова, В. Л. Воронцова, Н. А. Еськова; под ред. Р. И. Аванесова. – М.: Рус. яз., 1988. – 704 с.

7. Петин, В. Вышел новый словарь, помогающий исправлять ошибки журналистов. – Текст : электронный // Российская газета. – 06.06.2016 : [официальный сайт]. – URL : <https://rg.ru/2016/06/06/vyshel-novuj-slovar-pomogaiushchij-ispravliat-oshibki-zhurnalistov.html> (дата обращения: 06.06.2024).

8. Штудинер, М. А. Словарь трудностей русского языка для работников СМИ. Ударение, произношение, грамматические формы. – М.: Словари XXI века, 2016. – 592 с.

И. С. ХАРИТОНОВА

Южно-Уральский государственный университет
(Челябинск, Россия)

**РЕЧЕВОЙ ЖАНР «СОВЕТ» В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ
(НА МАТЕРИАЛЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СООБЩЕСТВА
ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ РКИ)**

**THE SPEECH GENRE “ADVICE” IN PROFESSIONAL ONLINE
COMMUNICATION (BASED ON THE PROFESSIONAL COMMUNITY
OF RFL TEACHERS)**

Аннотация

Анализируется речевой жанр «совет» в профессиональном интернет-общении преподавателей русского языка как иностранного. В содержательном аспекте в круг анализа вошли советы о языке и методике его преподавания иностранным обучающимся. В зависимости от коммуникативного намерения выделены и описаны совет-рекомендация, совет-инструкция, совет-предостережение, совет-упрёк. Совет-рекомендация отличается информативной тональностью, адресанты желают помочь, выразив опытное мнение и/или предложив методическое решение. Пошаговые указания в инструктивном типе совета позволяет охарактеризовать его как обучающий. Выявлено, что в совете-предостережении наиболее частотны предупреждения о риске приведения студентов в заблуждение. Совет-упрёк в профессиональной дискуссии возникает как реакция выражения на советы других участников чата. В критикующем совете нарушается принцип вежливости: специалист-говорящий считает, что специалист-адресат нарушает существующие в мире РКИ правила, говорящий позволяет себе использовать экспрессивную лексику. Совет-рекомендация, совет-инструкция, совет-предостережение характеризуются высокой степенью аргументированности, использованием специальной лексики, отражают опыт и компетенции говорящего и служат средством развития

профессиональной компетенции адресата. В коммуникативно-прагматическом аспекте в речевом жанре «совет» в дискурсе преподавателей РКИ реализуется речевая стратегия обеспечения понимания и освоения русского языка иностранными обучающимися.

Abstract

The speech genre “advice” in the professional online communication of teachers of Russian as a foreign language is analyzed. The analysis covers advice related to the language and methods of teaching it to foreign students. Depending on the communicative intention, different types of advice are identified and described: recommendation advice, instructional advice, cautionary advice, and reproachful advice. Recommendation advice is characterized by an informative tone, where the advisors aim to help by offering expert opinions and/or methodological solutions. Step-by-step instructions in the instructional type of advice allow it to be characterized as educational. It was found that cautionary advice most frequently involves warnings about the risk of misleading students. Reproachful advice in professional discussions arises as a reaction of objection to the advice given by other participants in the chat. In the critical advice, the principle of politeness is violated: the advising specialist believes that the addressed specialist is violating existing rules in the field of teaching Russian as a foreign language, and the speaker allows themselves to use expressive language. Recommendation advice, instructional advice, and cautionary advice are characterized by a high degree of argumentation, the use of specialized vocabulary, reflecting the speaker’s experience and competencies, and serve as a means of developing the professional competence of the recipient. In the communicative-pragmatic aspect, the speech genre “advice” in the discourse of RFL teachers implements the speech strategy of ensuring the understanding and mastery of the Russian language by foreign students.

Ключевые слова: речевой жанр, совет, типология советов, интернет-коммуникация, профессиональный дискурс, преподаватели русского языка как иностранного.

Keywords: speech genre, advice, typology of advice, internet communication, professional discourse, teachers of Russian as a foreign language

Профессиональная коммуникация, определяемая содержанием профессиональной деятельности, характеризующаяся общностью знаний и восприятия коммуникантов [Голованова 2013], вслед за непрофессиональной коммуникацией приобрела новые каналы взаимодействия. Развитие сетевого общения повлекло за собой создание специалистами разных профессий интернет-сообществ, позволяющих им обмениваться опытом и быстрее решать рабочие вопросы. Одним из наиболее коммуникативно ценных жанров в среде профессионалов является совет.

Речевой акт совета является директивным, иллокутивная цель которого заключается в побуждении к действию (речевому, физическому, ментальному) либо изменению состояния, целесообразному и полезному, по мнению Говорящего, для Адресата [Шеловских 1995: 6]. Речевой жанр совета изучен достаточно широко, например: в разных типах дискурса (обиходном, педагогическом, медицинском и рекламном) [Соловьёва 2007], через призму категории вежливости [Рогожникова 2008], в сравнении с другими близкими побудительными жанрами [Петрова 2008], в рамках поучающего дискурса [Шутова 2019], на материале разных языков [Шеловских 1995, Архипенкова 2006, Соловьёва 2007] и др. Исследователи осуществляют дифференциацию советов по сферам общения, по каналу общения, по степени официальности, по суггестивной интенции, по тональности и др., выявляя различия в вербальных и невербальных средствах выражения.

«Совет может быть не только отражением личного опыта, рассуждений или размышлений адресанта, передаваемых адресату с целью изменить его образ мыслей или дей-

ствий, но и предупреждением адресата об опасности, предостережением, рекомендацией, инструкцией, профессиональной консультацией» [Соловьёва 2009: 143]. При классификации советов мы воспользовались типологией советов А.А. Соловьёвой [Соловьёва 2007].

Материалом исследования послужили советы, взятые из профессионального сообщества преподавателей РКИ «РКИ Talks Методика», созданного в мессенджере Telegram в 2020 году «для обмена опытом и душевным общением» между преподавателями РКИ и насчитывающего на данный момент более 4000 участников. Сообщество функционирует в формате чата, преимуществом которого является коммуникация в реальном времени или близкая к этому. С точки зрения статусно-ролевых позиций отметим, что взаимодействие «коллега-коллега» предопределяет тон общения, однако такие прагматические характеристики, как должность, статус, опыт работы, возраст и др. профессионально значимые характеристики в чат-взаимодействии неизвестны. Характер коммуникативного взаимодействия, а именно общение в чате, тяготеющее к неофициальному непосредственному общению (гипержанр разговор) [Дементьев 2015: 32], некоторая анонимность и личная заинтересованность участников послужили основанием для гипотезы о трансформации профессионального дискурса, в том числе способов выражения совета.

Методом сплошной выборки в чате был осуществлен поиск ответных сообщений на запрос о совете/профессиональной помощи. Приведём примеры способы обращения за советом: *Подскажите, пожалуйста, как объяснить...; Коллеги, прошу вашего совета; Поделитесь, пожалуйста, вашим опытом работы с...; Хочу проконсультироваться по поводу...; Уважаемые коллеги, просто sos!; Нужна помощь «зала» :); Посоветуйте, пожалуйста, хоть что-нибудь, кидайте тапками, но с советами ❤️ и др.* В содержательном аспекте в круг анализа вошли советы о языке и методике его преподавания иностранным обучающимся. Рассматриваемые случаи представляют собой профессиональную рефлексию говорящего, опирающуюся на его опыт и компетенции.

Первостепенным фактором при распределении типов советов стала коммуникативная целеустановка, которая задаёт настрой речевого акта, предопределяет тип текста, определяет выбор и комбинацию семантических и синтаксических конструкций говорящим.

Совет-рекомендация. Коммуникативное намерение – желание помочь, выразив опытное мнение и/или предложив методическое решение. Тональность информативная, нейтрально-эмоциональная, побуждение выражено не в категоричных формах. Преобладает стилистически нейтральная лексика, профессиональная лексика используется ограниченно.

Средством выражения рекомендации выступают:

- прилагательные и наречия в сравнительной и превосходной степени

(1) *Моё мнение - далеко не всегда полезно объяснять, почему тот или иной падеж. Проще дать как правило для запоминания.* (2) *Мне кажется, лучшее объяснение на начальном этапе, что род слова не одно и то же, что и пол живого существа. Слово - это слово. Оно не должно отражать пол называемого.* (3) *Последнее, на самом деле, легко перепутать со значением обнуления (Я бронировал, почему меня нет в списке?). Это изучают позднее. А сейчас лучше не путать этими противопоставлениями.* (4) *Самый надёжный способ – постепенность, все префиксы вводим медленно, отработывая парами.* (5) *Выходить/сходить – это глаголы движения. Здесь от значения приставок логичнее объяснять. В компаративах проще, логичнее и прилагательном в превосходной форме надёжный заключается идея предпочтения в значении лучше.*

- глаголы в повелительной форме

(6) *Это типичная ошибка греков. Их С шепелявый сам по себе. Они кончик языка на альвеолы ставят. Заставьте опускать его к нижним зубам.* (7) *Приведите приме-*

ры использования и вопрос будет снят... мне кажется, это не требует отработки в упражнениях, если только на разграничение ЕСЛИ/ИЛИ/ЛИ. (8) Смотрите средства выражения цели в простом и сложном предложении (в грамматике рки нет формулировки «одно время в значении другого»), к тому же здесь двухсубъектная конструкция, поэтому П.вр. Чтобы допускает или инфинитив при 1 субъекте /Я пришел/ иду/ приду, чтобы помочь, или Прош.вр. при 2 /Я пришел / приду, чтобы мы вместе перевели текст/. Здесь дело не во времени. Можно взять многократно упоминаемое пособие Егоровой «Трудные случаи русской грамматики».

- глаголы в прошедшем времени с частицей бы (сослагательное наклонение)

(9) Для объяснения я бы взяла синонимичную конструкцию «я не хочу + НСВ». «Я не буду покупать машину» значит, что я не хочу / не собираюсь / не планирую это делать. (10) Я бы писала вместе с ним «учёного человека» во всех надеждах, пока ему не надоест писать «человека». (11) Я бы сказала так: причастие по грам.роли = прилагательное (системой хорошЕЙ). Говорящий предполагает и описывает в совете-рекомендации свои гипотетические действия.

- модальные слова можно, (не)нужно, (не) надо, в сочетании с инфинитивом

(12) Для первого понимания можно провести параллели с его родным языком. В данном случае НСВ - Present Progressive, а СВ - Present Perfect. Случаи не всегда совпадают, но часто. (13) Главное чтобы у студента сложилось впечатление, что он ПОНИМАЕТ!!... а это возможно на примитивных примерах, типа, МАМА ПАПА БРАТ СЕСТРА... плюс интернациональная лексика... трудности обрушивать не надо, весь алфавит на первом уроке тоже не надо)... надо чтобы человек ушёл с ЭМОЦИОНАЛЬНЫМ ОЩУЩЕНИЕМ УСПЕХА!... а сколько вы успеете в него вложить грамматики - это вообще дело десятое. (14) Но в целом студентов, на мой взгляд, нужно предупреждать о вариативности, они могут услышать от носителя языка.

Безусловно, встречаются и другие модальные слова, но значения возможности и целесообразности/нецелесообразности наиболее релевантны в профессиональном общении.

Совет-инструкция. Коммуникативное намерение – оказать профессиональное содействие, дав пошаговые указания. Тональность информативная, эмоционально-нейтральная. «В семантике инструкции преобладает экспликативная функция над аппеллятивной» [Рехтин, 2005 :7]. Порядок, последовательность рекомендуемых действий выражается графически (например, нумерация) и лексически (начните с..., сначала, вторая фаза, таким образом и др.). Приводятся примеры (аргументирующие, разъясняющие или расширяющие указания). Инструктивные советы насыщены терминологией и профессиональной лексикой.

(15)1. Попробуйте в формах именительного и др. падежей отделять окончания дефисом. Дайте ему списки слов по родам, пусть проследит закономерности и скажет, где и какое окончание будет меняться в других падежах. Например:....

2. Грамматика не самоцель, конечная цель - общение. Поэтому подключайте коммуникативные ситуации, чтобы ваш ученик слышал и читал правильные формы. Например, попросите его рассказать о том, где он бывает каждый день. Если он не может, дайте ему опору: слева дни недели, справа предложные фразы.

(16) Преподаватель - это всегда актёр. Конечно, с этого и начните. Меня зовут... (Жест в свою сторону). Как Вас зовут? (Жест в сторону ученика). Медленно, чётко и несколько раз. Если студент из страны с латинским алфавитом, то начните давать алфавит порционно. Сначала только те буквы, которые он сможет прочитать и без Вашей помощи: А, М, Т, О, К... И первые слова: МАМА, АТОМ, КАКАО... Вторая фаза - буквы похожие по написанию, но отличающиеся по произношению: С, В, Р, Н, Х,.... <...> Это часто ошибка преподавателей, когда с первых уроков нагружают учащихся

информацией. Те, тогда теряются, начинают нервничать, происходит психологический сбой в мозгу, не воспринимают новую информацию. Советую поэтому работать на начальном этапе под девизом: тише едешь, дальше будешь 😊

(17) Дело в конкретизаторах (тот самый контекст, о котором Вам пишут):

На подобной выставке ты никогда больше не... побываешь.

1. Нужно определить интенцию. Здесь выражается пожелание, совет и оценка (выставка отличная - надо идти).

2. Это диалог. Фраза адресована собеседнику, поэтому ТЫ/ВЫ. Именно поэтому с 1 и 3 л. с другим намерением можно НИКОГДА БОЛЬШЕ не бывал, а вот со 2 л. только СВ буд. вр.

Хорошее задание, как раз для С1, где необходим учет параметров коммуникативной ситуации и там, где носитель буксует: ну ведь только так.

Совет-инструкция «вырастает» из совета-рекомендации путём описания методических шагов, их обоснований, установления причинно-следственных связей, включения прогностических суждений. Владение понятийно-категориальным аппаратом демонстрирует опыт говорящего. Данный тип совета можно охарактеризовать как обучающий.

Совет-предостережение. Коммуникативная целеустановка - предупреждение коллеги о возможных негативных для него последствиях. «Превентив квалифицируется прежде всего как директивный речевой акт, инвариантное значение которого - побуждение к неосуществлению действия». [Стексова, Лаврентьева 2022: 196]. Тональность упреждающая, но принцип вежливости не нарушается, что в профессиональном общении особенно значимо. Выявлено, что в дискурсе преподавателей РКИ наиболее частотны предостережения о вероятности приведения студентов в заблуждение.

(18) Более опытные коллеги не советуют брать такие таблицы, так как они могут вводить в заблуждение студентов. Совет даётся через отсылку к чужому коллективному опыту, создающую иллюзию объективности. Категоричность снижается за счёт глагола мочь, автор не утверждает, а только указывает на риск нежелательных последствий. (19) Не уверена, что есть необходимость давать его иностранцу. Потом он встретит дворец-дворца, мудрец - мудреца, и вопросы останутся) горошек - горошком - человек - человеком (здесь уже надо делать морфемный разбор слова). А потом чередование в корнях ров-рвом? В аргументационной части автор предлагает учесть разные случаи (по нарастанию сложности) выпадения гласного, тем самым усиливая воздействие на адресата. В следующем примере говорящий обращает внимание, что неправильные действия преподавателя могут привести к методическим просчётам, могут запутать самого преподавателя, что отразится на результатах обучающихся: (20) Я бы не стала использовать эти категории - объект, субъект. По крайней мере при введении этой конструкции. А шла бы просто от конструкции и смысла, который она передает (обладание). Запутаетесь и ученика запутаете.

Таким образом, советуя предупредит собеседников от некорректных действий, которые могут выступать потенциальными причинами непонимания языковых явлений студентами, запутанности и ошибок.

Совет-упрёк. Возникает как реакция возражения на советы других участников чата. Коммуникативное намерение – дать отрицательную оценку профессиональному действию, указав на некомпетентность адресата, и тем самым побудить к отказу от этих самых действий. Специалист-говорящий считает, что специалист-адресат нарушает существующие в мире РКИ правила, говорящий позволяет себе использовать экспрессивную лексику. Если в совете-предостережении мы слышим «лучше не надо, не стоит», то в упреке звучит категоричное «нельзя». Среди средств выражения преобладают императивы с отрицательной частицей. Для чистоты интерпретации типов советов приведём при-

меры, в которых филологи упрекают коллег в поступках, приводящих к запутанности студентов.

(21) Не заморачивайте иностранцам голову терминами. То, что вы написали - прекрасно, но только для русского человека, но не для иностранца. (22) Для тех, кто сравнивает СВ с Present Perfect, вы действительно хорошо владеете английским? Не сравнивайте аналитические языки с русским, там логика не совпадает! Не путайте учеников. (23) Нельзя такое делать, только еще больше запутает, пусть привыкают смотреть на русский язык «русскими глазами».

Совет-упрёк отличается от других типов советов высокой степенью эмоциональной напряженности.

Таким образом, совет в неформальном профессиональном дискурсе выполняет разные роли: совет может быть «помогающим» (совет-рекомендация), «обучающим» (совет-инструкция), «предостерегающим» (совет-предостережение), «критикующим» (совет-упрёк). Совет становится средством развития не только профессиональной компетенции, но и профессионального менталитета. Лексические особенности речевого жанра «совет» обусловлены предметно и состоят в номинативной детализации и в использовании дидактически окрашенных языковых единиц. Тематическое жанровое ядро советов составляет содержание профессиональной деятельности, в частности наиболее обсуждаемыми вопросами становится грамматическая система русского языка, закономерности и исключения в языке, вывод грамматики в речь. В коммуникативно-прагматическом аспекте в профессиональном совете преподавателей РКИ реализуется речевая стратегия обеспечения понимания и освоения русского языка иностранными обучающимися.

Список литературы

1. Голованова, Е. И. Профессиональный дискурс, субдискурс, жанр профессиональной коммуникации: соотношение понятий // Вестник ЧелГУ. – 2013. – №1. – С. 32-35. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/professionalnyy-diskurs-subdiskurs-zhanr-professionalnoy-kommunikatsii-sootnoshenie-ponyatiy> (дата обращения: 23.07.2024).

2. Дементьев, В. В. Лингвоэкология через призму речевых жанров: сфера новых «Технологических» коммуникаций // Экология языка и коммуникативная практика. – 2015. – №2. – С. 22-47. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvoekologiya-cherez-prizmu-rechevyh-zhanrov-sfera-novyh-tehnologicheskikh-kommunikatsiy> (дата обращения: 26.07.2024).

3. Петрова, Е. Б. Каталогизация побудительных речевых актов в лингвистической прагматике // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2008. – №3. – С.124-133. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/katalogizatsiya-pobuditelnyh-rechevyh-aktov-v-lingvisticheskoy-pragmatike> (дата обращения: 20.07.2024).

4. Рехтин, Л. В. Речевой жанр инструкции: полевая организация: специальность 10.02.19 «Теория языка»: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Лев Викторович Рехтин. – Барнаул, 2005. – 18 с. URL: <https://www.dissercat.com/content/rechevoi-zhanr-instruktsii-polevaya-organizatsiya> (дата обращения: 29.07.2024).

5. Рогожникова, И. Н. Прагматическое пространство директивного речевого акта «Совет» в свете коммуникативной категории вежливости // Актуальные вопросы современной науки. – 2008. – №4. – С.72-78. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pragmatischeskoe-prostranstvo-direktivnogo-rechevogo-akta-sovet-v-svete-kommunikativnoy-kategorii-vezhlivosti> (дата обращения: 14.07.2024).

6. Соловьева, Анна Александровна. Речевой жанр «совет» в разных типах дискурса: на материале современного английского языка: специальность 10.02.19 «Теория языка»: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Анна Александровна Соловьева. – Астрахань,

2007. – 16 с. URL: https://new-disser.ru/_avtoreferats/01003332402.pdf (дата обращения: 14.07.2024).

7. Соловьёва, А. А. Речевой жанр «совет» с точки зрения его семантических характеристик (на материале современного английского языка) // Альманах современной науки и образования. – 2009. – № 2 (21). – С. 141-143. URL: https://www.gramota.net/articles/issn_1993-5552_2009_2-2_60.pdf (дата обращения: 27.07.2024).

8. Стеклова, Т. И. Варианты речевого жанра предупреждения и их модусные показатели / Т.И. Стеклова, Е.В. Лавреньтьева // Жанры речи. – 2022. – №3 (35). – С.194-204. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/varianty-rechevogo-zhanra-preduprezhdeniya-i-ih-modusnyie-pokazateli> (дата обращения: 11.08.2024).

9. Шеловских, Т. И. Речевой акт совета: функционально-прагматический анализ (на материале французского и русского языков): специальность 10.02.19 «Теория языка»: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Татьяна Ивановна Шеловских. – Воронеж, 1995. – 16 с. URL: <https://www.dissercat.com/content/rechevoi-akt-soveta-funktsion-pragmat-analiz-na-materiale-fr-i-rus-yaz> (дата обращения: 29.07.2024).

10. Шутова, О. А. Совет как суггестивный речевой жанр поучающего дискурса // Известия ВГПУ. – 2019. – №5 (138). – С.129-134. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovet-kak-suggestivnyu-rechevoy-zhanr-pouchayushhego-diskursa> (дата обращения: 29.07.2024).

О. В. ЧУПРАКОВА

Московская государственная академия ветеринарной медицины
и биотехнологии – МВА имени К.И. Скрябина
(Москва, Россия)

ИГРОВОЙ КОМПОНЕНТ В ПРОЦЕССЕ ФОРМИРОВАНИЯ ИНОЯЗЫЧНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ НЕЯЗЫКОВЫХ ВУЗОВ

GAME COMPONENT IN THE PROCESS OF FORMING FOREIGN LANGUAGE PROFESSIONAL COMMUNICATIVE COMPETENCE OF NON-LANGUAGE UNIVERSITY STUDENTS

Аннотация

Статья посвящена игровому компоненту процесса обучения иностранному языку, способствующему формированию профессиональной коммуникативной компетенции студентов. Данный компонент имеется в различных типах заданий на занятиях иностранным языком. Игровая форма позволяет на занятиях иностранным языком творчески овладевать и закреплять знания по специальности и одновременно формировать языковую и коммуникативную компетенции. В статье рассматриваются различные аспекты игровой составляющей в процессе обучения иностранному языку студентов неязыковых вузов, связанные с их спецификой: классификация, психологические, воспитательные и личностные направления воздействия. Отмечается важность роли личности преподавателя как организующего и вдохновляющего звена в процессе проведения различных типов игровой деятельности на занятии иностранным языком. А также особенности составления учебных пособий и использование цифровых технологий на данном этапе развития современного общества.

Abstract

The article is devoted to the game component of the foreign language learning process, which contributes to the formation of professional communicative competence of students. This component is available in various types of activities in foreign language classes. The game form allows you to creatively master and consolidate knowledge in your specialty during foreign language classes and at the same time form linguistic and communicative competence. The article discusses various aspects of the game component in the process of teaching a foreign language to students of non-linguistic universities, related to their specifics: classification, psychological, educational and personal areas of influence. The importance of the role of the teacher's personality as an organizing and inspiring leader in the process of conducting various types of gaming activities in a foreign language class is noted. As well as the features of compiling teaching aids and the use of digital technologies at this stage of development of modern society.

Ключевые слова: игровой компонент, профессиональная компетенция, коммуникативная компетенция, личностные качества, игровая технология

Keywords: gaming component, professional competence, communicative competence, personal qualities, game technology.

Преподаватели высших учебных заведений используют в своей практике большое количество приемов и методов в процессе преподавания иностранного языка, и все они направлены на достижение основной цели – получение обучающимися полноценных и всеобъемлющих знаний, позволяющих им быть профессиональными и конкурентоспособными работниками на современном рынке труда [6]. В настоящее время основной задачей преподавания иностранных языков в России является обучение иностранному языку как реальному и полноценному средству общения. В процессе реализации этой задачи обучающимся необходимо освоить огромный объем информации, и чтобы стимулировать их желание продвигаться по пути освоения иностранного языка преподаватель должен учитывать и использовать не только информационную, разъясняющую и убеждающую составляющие занятия, но и заинтересовывающую, даже развлекающую.

Как показывает практика, игровой компонент процесса обучения присущ не только дошкольному, школьному, но и профессиональному образованию. В современной педагогической литературе нет однозначной классификации игр. Существует много разных подходов в их классификации.

Игры можно классифицировать по структуре (игры-упражнения, игры-соревнования (конкурсы), ролевые игры); по степени самостоятельности (различные типы дидактических игр). Они могут быть обучающими и контролирующими, познавательными и воспитательными, дидактическими и творческими, коммуникативными, диагностическими и профориентационными и т.д. Но главная особенность любой игры – это ее развивающее и креативное начало, способность превратить «обязательное» в «желательное». И это свойство игры «срабатывает» на любом возрастном уровне.

Игровая технология подразумевает как педагогическую, так и психологическую составляющие. Психологические механизмы игровой деятельности опираются на фундаментальные потребности личности в самоопределении, самовыражении, и самоутверждении.

Реализация игровых технологий в процессе обучения охватывает следующие направления:

- паритет во взаимоотношении «обучающийся - преподаватель»;
- стимуляция познавательной активности с выходом на соревновательную составляющую;

- активное использование жизненного опыта обучающихся;
- гибкости мышления в связи с вариативностью процесса игры (как со стороны преподавателя, так и обучающихся);
- снятие возможных психологических барьеров в связи с «нереальностью» имеющейся ситуации и возможностью регулировать свое участие в процессе;
- возможность выйти за рамки привычного, «академического» стиля работы и поведения.

Игра раскрывает личностный потенциал обучающегося, дает возможность оценить как свои личные возможности, так и свое место в совместной деятельности с другими участниками. Игровой компонент может послужить и средством групповой психотерапии в связи с взаимодействием окружающих, их поддержкой и взаимодействием. Обучающемуся гораздо легче учиться общаться с разными людьми, совершенствовать свои личные и профессиональные качества. В случае участия в более «объемных», сложных играх, таких как дидактические, ролевые игры и т.п. у их участников появляется возможность пройти через несколько этапов изменения своих личностных качеств, находясь при этом в благоприятных для своего психологического состояния условиях.

Качество проведения игровых моментов занятия и полученных при этом обучающимися знаний в значительной степени зависит от подготовки, понимания преподавателем функций педагогических игр и авторитета самого преподавателя. Императивные, авторитарные действия, характеризующие стандартное занятие, скорее всего приведут к отрицательному эффекту. Цель игровых моментов – выработка свободных, творческих отношений, способствующих обучению заданному предмету. Преподаватель также должен иметь хороший психологический контакт с обучающимися.

Введение игровых моментов в процессе проведения занятия по обучению иностранному языку может проходить в разном формате. Это могут быть не только специально подготовленные игры, но, что более важно для обучения студентов неязыковых вузов с различным и не всегда высоким уровнем знания иностранного языка, и внесение развлекательного компонента при выполнении обычных упражнений из учебников и пособий. Стиль их написания в последнее время претерпел большие изменения. Авторы, отвечая на изменения, происходящие в восприятии современных людей, а особенно молодежи, стараются подавать учебный материал в более свободной, увлекательной форме [5]. Обучающимся лучше воспринимаются упражнения в виде викторин (quiz), упражнения с множественным выбором, наличие таблиц, рисунков и схем, позволяющие выйти за рамки строгой академичности.

Развитию профессиональной коммуникативной компетенции во многом способствует развитие навыков диалоговой речи, особенно на темы, связанные с направлением подготовки обучающихся [1]. Разыгрывание привычного диалога по теме занятия можно превратить в разновидность сценического упражнения с вовлечением остальных членов группы. А при работе со специальными и научно-популярными текстами, что само по себе является достаточной сложной и академической работой [2, 4], можно попытаться «превратить минусы в плюсы», с помощью составления лексическо-грамматических упражнений в игровых формах, о которых говорилось выше.

Использование цифровых технологий при обучении иностранным языкам особенно в неязыковых вузах (вследствие уже упомянутых сложностей) также представляет широкое поле возможностей сделать занятие запоминающимся, а, следовательно, и привести к необходимому результату – хорошему усвоению изучаемого материала. Для выросших с цифровыми носителями в руках представителей молодежи наличие визуальной поддержки становится мощным стимулирующим фактором [3].

Для достижения цели формирования и воспитания профессионального и хорошо ориентирующегося на рынке труда работника преподавателям необходимо использовать все имеющиеся ресурсы и возможности, и использование игрового компонента в процессе обучения является его необходимым и закономерным фактором.

Список литературы

1. Багдасарян, Э. Ю. Обучение иноязычной диалогической речи в неязыковом вузе // Пищевая инженерия, экспертиза и безопасность продукции АПК: инновационные решения и перспективы развития : Сборник научных трудов IV национальной научно-практической конференции, Москва, 01 июня 2023 года. – М.: Московская государственная академия ветеринарной медицины и биотехнологии - МВА имени К.И. Скрябина, 2023. – С. 7–11.

2. Зубцова, М. Л. Научно-популярные тексты в системе обучения иностранным языкам для специальных целей // Актуальные проблемы ветеринарной медицины, зоотехнии, биотехнологии и экспертизы сырья и продуктов животного происхождения : Сборник трудов 2-й Научно-практической конференции, Москва, 23 июня 2023 года / Под общей редакцией С.В. Позябина, Л.А. Гнездиловой. – М.: Сельскохозяйственные технологии, 2023. – С. 564-565.

3. Сивохина, Е. Р. Использование цифровых технологий при обучении иностранным языкам в сельскохозяйственных вузах / Е. Р. Сивохина, А. В. Нархова // Актуальные проблемы ветеринарной медицины, товароведения и экспертизы сырья и продуктов животного и растительного происхождения, зоотехнии и биотехнологии : материалы X научно-практической конференции в рамках XII Всероссийского фестиваля науки : сборник научных трудов студентов и молодых ученых, Москва, 30 ноября 2022 года / Министерство сельского хозяйства Российской Федерации; Московская государственная академия ветеринарной медицины и биотехнологии - МВА имени К.И. Скрябина». – М.: Московская государственная академия ветеринарной медицины и биотехнологии - МВА имени К.И. Скрябина, 2022. – С. 508-510.

4. Хакимова, Г. А. Проблемы перевода специальных текстов в области ветеринарии в немецком языке // Global Issues Conference 2023: Veterinary Medicine, Biology, Biotechnology, Zootechnology, Scientific Foundations : Материалы I-й научно-практической конференции (с международным участием), проведенной в рамках 10-летия науки и технологий и посвященной году педагога и наставника и празднованию 300-летия Российской академии наук, Москва, 15–16 мая 2023 года. – М.: Московская государственная академия ветеринарной медицины и биотехнологии - МВА имени К. И. Скрябина, 2023. – С. 174-179.

5. Чупракова, О. В. Английский язык : учебное пособие по обучению чтению и переводу специальной литературы для ветеринарных врачей и ветсанэкспертов / О. В. Чупракова, Г. Хакимова. – М.: Московская государственная академия ветеринарной медицины и биотехнологии – МВА имени К.И. Скрябина, 2023. – 124 с.

6. Чупракова, О. В. Профессионально-ориентированное обучение иностранному языку в сельскохозяйственных вузах // Актуальные проблемы ветеринарной медицины, зоотехнии, биотехнологии и экспертизы сырья и продуктов животного происхождения : Сборник трудов 2-й Научно-практической конференции, Москва, 23 июня 2023 года / Под общей редакцией С.В. Позябина, Л.А. Гнездиловой. – М.: Сельскохозяйственные технологии, 2023. – С. 601-602.

Ю. ЯЗЫКОВАСанкт-Петербургский государственный университет
ветеринарной медицины
(Санкт-Петербург, Россия)**КОНФЛИКТНОЕ ОБЩЕНИЕ КАК ЧАСТЬ КОММУНИКАТИВНОГО
ПРОЦЕССА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ВЕТЕРИНАРНОГО ВРАЧА****CONFLICT COMMUNICATION AS PART OF THE COMMUNICATIVE
PROCESS IN THE PROFESSIONAL ACTIVITY OF A VETERINARIAN*****Аннотация***

В статье рассматривается конфликтное общение в профессиональной деятельности ветеринарного врача. За основу берется общение ветеринарного врача и клиента в ветеринарной клинике как наиболее частая интеракция, в которой возникает конфликт. Были рассмотрены наиболее частые конфликтные ситуации, возникающие в процессе общения ветеринарного врача и клиента, к ним относятся конфликты, возникающие по следующим причинам: финансовые разногласия, применение эвтаназии, игнорирование клиентом предписаний ветеринарного врача, неумение ветеринарного врача донести до клиента нужную информацию, непредвиденные обстоятельства. Делаются выводы о поведении ветеринарного врача в конфликтной ситуации: ветеринарному врачу, оказавшемуся вовлеченным в конфликтное общение, нужно нейтрализовать конфликтную ситуацию, а не поддерживать ее, также необходимо обладать коммуникативными навыками для успешной коммуникации с клиентом: необходимо уметь донести нужную информацию, чтобы она была однозначно понята клиентом, а также необходимо обладать навыками убеждения для желаемого воздействия на клиента.

Abstract

The article delves into conflict communication within the professional activity of veterinary practice, focusing on interactions between veterinarians and clients within veterinary clinics, where conflicts commonly arise. The study examines the most common conflict situations that occur during communication between a veterinarian and a client, including conflicts arising from financial disagreements, the use of euthanasia, the client disregarding the veterinarian's instructions, the veterinarian's inability to convey necessary information to the client, and unforeseen contingency. Conclusions are drawn regarding the behavior of veterinarians in conflict situations: veterinarians involved in conflict communication should aim to neutralize rather than exacerbate the conflict. Additionally, successful communication with clients requires effective communication skills, including the ability to convey necessary information clearly and unambiguously, and persuasive skills to achieve the desired impact on the client.

Ключевые слова: ветеринария, ветеринарный врач, конфликтная коммуникация, конфликтная ситуация, профессиональный язык, профессиональная деятельность.

Keywords: veterinary medicine, veterinarian, conflict communication, conflict situation, professional language, professional activity.

Профессиональная деятельность ветеринарного врача в основном осуществляется в области сельского хозяйства и в ветеринарных клиниках, при этом выпускники ветеринарных вузов по окончании учебы стремятся устроиться в ветеринарные клиники. Однако, как отмечают исследователи, разница между сельскохозяйственным сектором и

ветеринарной клиникой лежит в области коммуникации: в ветеринарных клиниках отмечается большее коммуникативное взаимодействие [Короткова, 2022б].

Коммуникация в ветеринарной клинике охватывает широкий круг участников общения. Так, ветеринарный врач должен работать в команде и выстраивать эффективное общение с коллегами по самым разным вопросам. Неэффективная коммуникация с коллегами часто рассматривается как одна из основных причин серьезных инцидентов, которые могут привести к травмам и даже смерти животного. При этом простое сотрудничество не формирует коллектив в настоящую команду. Необходимой составляющей командной работы являются общие цели, ценности и методы, а также дополняющие друг друга навыки [Короткова, 2022а, с. 254]. Однако исследователи в области коммуникации в ветеринарии особый акцент делают на другом коммуникативном партнере – клиенте, или владельце животного, что главным образом связано с поведением клиента, в том числе и речевым, которое менее прогнозируемо, чем поведение коллеги [Короткова, 2022а, с. 254]. За время работы с коллегами ветеринарный врач находит подход оптимального пути взаимодействия, адаптируясь под личностные особенности коллеги. Если затрагивать взаимодействие с клиентом, то важно выделить и третий субъект – животное, которое не может самостоятельно артикулировать собственные потребности, поэтому от эффективно выстроенного общения с клиентом зависит здоровье и благополучие животного. Вместе с тем необходимо подчеркнуть, что ветеринария является сферой услуг, и при неумении выстраивать коммуникацию ветеринарный врач может лишиться клиента, что плохо отразится на доходах ветеринарной клиники и может повлечь существенные финансовые потери.

Общение ветеринарного врача и клиента может протекать не только в кооперативном ключе, но и в конфронтационном. Конфликтное взаимодействие является частым в работе ветеринарного врача [Короткова, 2023, с. 698]. Конфликт понимается как «актуализированное противоречие, столкновение противоположно направленных интересов, целей, позиций, мнений, взглядов субъектов взаимодействия или оппонентов (от лат. *opponentis* – возражающий) и даже столкновения самих оппонентов» [Мещеряков, 2009, с. 213]. Главным инициатором конфликтных ситуаций в ветеринарии является клиент, поэтому нам представляется целесообразным рассмотреть коммуникацию «ветеринарный врач–клиент».

При взаимодействии ветеринарного врача с клиентом выделяются разные ситуации, способные привести к конфликту. Главным образом причиной столкновения является обсуждение финансовой стороны лечения животного [Короткова, 2022б]. Клиент часто не готов нести существенные финансовые расходы на лечение животного, однако ветеринарный врач должен настоять на лечении, если это жизненно необходимо животному.

Также к конфликту приводит обсуждение сложных этических вопросов, главным из которых является применение эвтаназии. Клиенты во многих случаях решают применить эвтаназию, например узнав о высокой стоимости лечения, однако главным ценностным ориентиром ветеринарного врача должно быть здоровье животного, и если животное можно спасти, то ветеринарный врач должен настоять на продолжении лечения [Севастьянова, 2021, с. 171].

Другой причиной возникновения конфликта может быть игнорирование клиентом предписаний ветеринарного врача. Так, игнорирование предписаний ветеринарного врача может привести к неудовлетворительному лечению заболевания, к повышенному риску рецидива, к побочным эффектам, связанным с внезапной отменой или передозировкой лекарства и др. При этом ответственность за случившееся клиент может перекладывать на ветеринарного врача, что является источником возникновения конфликта.

Как частая причина возникновения конфликта рассматривается проблема неумения ветеринарного врача донести нужную информацию до клиента [Котова, 2023, с. 162].

Объяснения ветеринарного врача причин заболевания, процесса лечения и восстановления и т.п. может быть непонятным клиенту ввиду использования терминологии, которая может быть не знакома клиенту, не являющемуся специалистом в ветеринарии, поэтому клиент, не понимающий объяснения ветеринарного врача, может отреагировать в том числе в конфликтном ключе. Ветеринарному врачу необходимо адаптировать информацию для клиента для успешного понимания клиентом необходимой информации.

В работе ветеринарного врача нередко возникают непредвиденные обстоятельства, например смерть животного во время операции, в связи с чем реакция клиента может быть в том числе конфронтационной.

Во всех вышеуказанных случаях ветеринарный врач должен придерживаться этикетных норм, не поддерживать конфликт, а стараться нейтрализовать конфликтную ситуацию. Также ветеринарный врач должен обладать коммуникативными навыками для эффективного выстраивания общения: необходимо уметь донести нужную информацию, чтобы она была однозначно понята клиентом, а также необходимо обладать навыками убеждения для желаемого воздействия на клиента.

Таким образом, конфликтное общение является частым видом коммуникативного взаимодействия в ветеринарии, особенно в интеракции «ветеринарный врач–клиент». Нами были рассмотрены наиболее частые конфликтные ситуации, возникающие в процессе общения ветеринарного врача и клиента, к ним относятся конфликты, возникающие по следующим причинам: финансовые разногласия, применение эвтаназии, игнорирование клиентом предписаний ветеринарного врача, неумение ветеринарного врача донести до клиента нужную информацию, непредвиденные обстоятельства. Ветеринарному врачу нужно нейтрализовать конфликтную ситуацию, а не поддерживать ее, также необходимо обладать коммуникативными навыками для успешной коммуникации с клиентом.

Список литературы

1. Большой психологический словарь / под ред. Б. Г. Мещерякова, В. П. Зинченко. – М. : АСТ, 2009. – 811 с.
2. Короткова, Н. Л. Профессиональная идентичность и психологическое благополучие врачей ветеринарной медицины / Н. Л. Короткова // Проблемы теории и практики современной психологии : Материалы XXII Всероссийской с международным участием научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, посвященной 30-летию факультета психологии ИГУ, Иркутск, 27–28 апреля 2023 года / Редколлегия: И.А. Конопак [и др.]. – Иркутск : Иркутский государственный университет, 2023. – С. 698-701.
3. Короткова, Н. Л. Роль коммуникативной компетенции в профессиональной подготовке будущего ветеринарного врача // Проблемы и пути развития профессионального образования: Сборник статей Всероссийской научно-методической конференции, Иркутск, 10–11 ноября 2022 года. – Иркутск : Иркутский государственный университет путей сообщения, 2022. – С. 253-255.
4. Короткова, Н. Л. Характеристика профессиональной подготовки будущего ветеринарного врача в контексте становления коммуникативного компонента профессиональной идентичности // Письма в Эмиссия.Оффлайн, 2022. – № 2. – С. 3040.
5. Котова, А. В. Формирование soft skills при подготовке ветеринарных врачей /// Современные тенденции кросс-культурных коммуникаций : сборник материалов V Международной научно-практической конференции, Краснодар, 26 апреля 2023 года / ФГБОУ ВО "Кубанский государственный технологический университет". – Краснодар : Кубанский государственный технологический университет, 2023. – С. 160-164.

6. Севастьянова, А. Д. Моральное чувство и страдания животных: к феноменологии морального переживания // Этика как наука и профессия, Санкт-Петербург, 18–20 ноября 2021 года. – Санкт-Петербург : ООО "Сборка", 2021. – С. 171-172.

H.M. AL-LAMI

Казанский федеральный университет
(Казань, Россия)

Медицинский колледж Аль-Манара
(Мисан, Ирак)

QUANTITATIVE ANALYSIS OF MEDICAL TEXTS

Аннотация

В статье представлен количественный анализ показателей сложности медицинских текстов. Материалом исследования послужили профессиональные английские медицинские лекции и информационные медицинские статьи по теме «головная боль». С помощью методов дискурс анализа и программного обеспечения Readability Formulas и Coh-Metrix были получены результаты, позволившие провести сравнительно-сопоставительное исследование сложности отобранных жанров медицинского дискурса на морфологическом, лексическом, грамматическом и синтаксическом уровнях, также как на уровне текстовой организации. Проведенный анализ показал, что медицинские лекции отличаются более высокой сложностью на лексическом и синтаксическом уровнях, тогда как в информационных статьях чаще используются пассивные конструкции, влияющие на общее понимание текста. В то же время, на морфологическом уровне и на уровне текстовой организации сложность профессиональных медицинских лекций и информационных медицинских статей характеризуются относительно схожими показателями нарративности и когезии.

Abstract

The article presents quantitative analysis of medical text complexity. English medical lectures and informative medical articles on the topic "headache" were selected and compiled into two separate corpora. The results of the study were obtained by means of discourse analysis and application of software tools Readability Formulas and Coh-Metrix. The received data made it possible to conduct a comparative investigation of complexity between the selected genres of medical discourse on the morphological, lexical, grammatical and syntactical levels, as well as on the level of text organization. The analysis showed that medical lectures are characterized by higher complexity on lexical and syntactical levels, while informative articles are characterized by more complicated grammatical level. At the same time, on the morphological level and on the level of text organization, complexity of professional medical lectures and informative medical articles are relatively similar that can be observed through indicators of narrativity and cohesion.

Ключевые слова: профессиональный медицинский дискурс, непрофессиональный медицинский дискурс, сложность текста, корпус, жанр, уровни языка.

Keyword: *professional medical discourse, non-professional medical discourse, text complexity, corpus, genre, language levels.*

Early medical traditions were based on scholastic approach according to which doctor's ideas were taken for granted as absolute truth and were not subjected to any discussions. Medicine that we know nowadays started its intense development from the 17th century when a remarkable increase in the use of the vernacular for medical and scientific writing could be observed [Shapiro, 2000].

By time, there was a great change in medical text formation that led to certain transformations of medical style in writing. Earlier most printed materials represented simple translation of treatises, and general guides with accounts of typical cases. In the 18th century new types of medical publications started to be introduced: anatomical observations, book reviews, journal articles and experimental essays [Gotti, 2001].

Evolution of medical text into the field of science gave rise to various genres of medical texts. Genre aims not only to provide a conventional framework but also has a certain impact on various textual characteristics. Moreover, it is also essential to note that textual genres are not stable but can vary depending on socio-professional context. Nowadays, there are several classifications of medical genres depending on different factors. However, for our research we have chosen classification of medical text depending on the degree of specialized knowledge:

- professional texts: research papers, case reports, editorials, medical books, books and article reviews.
- popular texts: news articles, informative material, medical guidebooks [Gotti, 2016].

The aim of the article is to compare complexity of professional and popular medical texts on example of medical lectures and informative medical articles on the topic "headache". To arrange full and detailed analysis we compiled two corpora Professional medical corpus and Informative medical corpus which were examined by means of software tools Readability Formula and CohMetrix.

On the initial level of research, we evaluated the overall complexity of medical texts both from Professional and Informative medical corpora through Flesh-Kincaid Reading Grade formula (FKRG): $FKRG = (0.39 \times ASL) + (11.8 \times ASW) - 15.59$, where ASL stand for the average sentence level and ASW – average number of syllables per word [Fisher, Frey, & Lapp, 2016]. As a result, we received the following numbers 15.76 (extremely difficult) for Professional medical corpus and 8.56 (slightly difficult) for Informative medical corpus that indicate simplification of material in informative medical text.

Reduction of complexity can be observed on several levels: morphological, lexical, grammatical, syntactical levels and well as on text level.

Morphological level can be examined through evaluation of word statistics, presented in Table 1.

Table 1

Morphological level of complexity		
Statistics data	Professional medical corpus	Informative medical corpus
Average word length	6 characters	5 characters
Average number of syllables	2 syllables	2 syllables

Received data indicate that both types of medical genre have common characteristics on the level of word structure. However, if we examine the word forms within compiled corpora in more detailed, we can observe cases of compound words in professional medical lectures such as

medication-overuse, tension-type, anti-emetic, red-flag symptoms, the main purpose of which is to create preciseness and compressive character of a text.

Peculiarities of lexical level are illustrated in Table 2, which highlights the main aspects related to the meaningful issues of text analysis.

Table 2

Lexical level of complexity

Statistics data	Professional medical corpus	Informative medical corpus
Percentage of easy words	72,25%	85,78%
Percentage of difficult words	27,75%	14,22%
Total number of repeated words	42%	61%
Total number of unique words	58%	39%
Word concreteness	69%	84%

The presented results show that in professional medical text the level of difficult, abstract words is higher in comparison with informative texts. Moreover, it is vital to mention that difficult as well as abstract words in informative corpus belong mostly to the sphere of everyday life and simple medical terminology: *migraine*↗ (100% on Rare Scale), *droopy*↗ (100% on Rare Scale), *tiredness*↗ (100% on Rare Scale), *overuse*↗ (100% on Rare Scale), *ongoing*↗ (88.67% on Rare Scale), *leaflet*↗ (36.57% on Rare Scale), *smokers*↗ (25.33% on Rare Scale), *eyelid*↗ (13.45% on Rare Scale), *nausea*↗ (5.59% on Rare Scale). If we concentrate attention on Professional medical corpus, we can observe a lot of cases of terminological units that are typical for the text of professional genre: *chiropractors*↗ (100% on Rare Scale), *migraine*↗ (100% on Rare Scale), *trigeminal*↗ (100% on Rare Scale), *cephalalgias*↗ (100% on Rare Scale), *overuse*↗ (100% on Rare Scale), *cervicogenic*↗ (100% on Rare Scale), *diagnosed*↗ (75.05% on Rare Scale), *diagnostic*↗ (58.92% on Rare Scale), *autonomic*↗ (42.15% on Rare Scale). At the same time, Professional medical corpus can be characterised by higher percentage of unique words that also lead to the increase of its complexity level.

From the point of grammatical organisation (see Table 3), we can examine an interesting fact indicating that informative medical articles contain more passive structures in comparison to professional medical texts.

Table 3

Grammatical level of complexity

Statistics data	Professional medical corpus	Informative medical corpus
Passive Voice structures	9,36%	22,6%

The reason for this overlap can be viewed by the impersonalised character of the texts, when information is presented without actual doer or actor.

- *These headaches can be started by neck strain (for example, sitting awkwardly at a computer for hours per day) or tiredness and may be made worse by medication overuse.*
- *When headaches occur almost every day for three months or more, this is called a chronic daily headache.*

If we refer to professional medical lectures, there information is given more by means of active constructions where various types of headache disease, symptoms and other processes serve as actors within sentences.

As for the syntactical level, we can state that professional medical texts are constructed in a more complicated way (see Table 4).

Table 4

Syntactical level of complexity

Statistics data	Professional medical corpus	Informative medical corpus
Average sentence length	32 words	14 words
Percentage of short sentences	13%	56%
Percentage of medium sentences	25%	38%
Percentage of long sentences	62%	6%

According to the presented data this type of genre can be characterised by the usage of various compound and complex sentences that lead to the increase of the average sentence length. Syntactic complexity of professional medical lectures can cause difficulty in material comprehension and demands more attention from the audience. Informative medical articles on the contrary are intended to be short and understandable, therefore contain mostly simple and medium length sentences.

The last stage of quantitative analysis was arranged on the text level, where we estimated narrativity and texture of the analysed discourse.

Table 5

Text level of complexity

Statistics data	Professional medical corpus	Informative medical corpus
Level of narrativity	13%	12%
Deep cohesion	31%	70%
Referential cohesion	82%	85%

Information given in Table 5 indicates that both genre of medical discourse possess identically low level of narrativity. However, there is a slight difference in cohesion distribution. Deep cohesion measures how well ideas, and events are joined together within a text by means of various linking words, while referential cohesion corresponds to overlap between words or concepts [Баландина, Передриенко, 2022]. According to the received results both types of texts have high level of referential cohesion that means that the texts are arranged in a way when the main points of consideration are generally mentioned and referred to. While the index of deep cohesion is relatively low in professional medical lectures in comparison to informative medical articles that can be explained by necessity to construct more clear causal connections for non-professional audience.

In conclusion, we can state that professional medical lectures are characterised by a higher level of complexity on lexical and syntactical levels. Informative medical articles contain more cases of passive constructions that make them less comfortable for the readers from the point of overall comprehension. However, this issue is balanced by relatively comfortable lexical and syntactical simplicity. On the morphological and text level, both types of analysed texts demonstrated identical results, although in case of informative medical articles causal relations within the text and presented more distinct.

References

1. Баландина, Е. С. Practical training on methods of linguistic research: discourse / Е. С. Баландина, Т.Ю. Передриенко. – Челябинск, 2022. – 50 с.
2. Fisher, D. Text Complexity Stretching Readers with Texts and Tasks / D. Fisher, N. Frey, & D. Lapp. – SAGE Company, 2016. – 244 p.

3. Gotti, M. The experimental essay in early modern English // *European Journal of English Studies*. – 2001. – 5(2). – Pp. 221–239.
4. Gotti, M. Variations of medical discourse for academic purposes // *Medical Discourse in Professional, Academic and Popular Settings*. – *Multilingual matters: Bristol, Buffalo, Toronto*, 2016. – Pp. 24-51.
5. Shapiro, B. *A Culture of Fact: England, 1550–1720*. – Ithaca, NY: Cornell University Press, 2000. – 284 p.

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Г. Н. БОЕВА

Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна
(Санкт-Петербург, Россия)

ЛОКАЦИЯ УНИВЕРСИТЕТА КАК КУЛЬТУРНЫЙ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ РЕСУРС

UNIVERSITY LOCATION AS A CULTURAL AND EDUCATIONAL RESOURCE

Аннотация

Предлагается аналитический опыт освоения «культурной карты» Петербурга сквозь призму русской литературы с опорой на труды Д. С. Лихачева, Н. П. Анциферова, В. Н. Топорова. Рассматриваются возможные траектории литературных маршрутов вблизи учебных корпусов СПбГУПТД. Демонстрируется высокий образовательный и воспитательный потенциал подобных практик.

Abstract

Analytical experience of mastering the «cultural map» of St. Petersburg through the prism of Russian literature is proposed, based on the works of D. S. Likhachev, N. P. Antsiferov, V. N. Toporov. Possible trajectories of literary routes near the educational buildings of SPbSUITD are considered. The high educational and educational potential of such practices is approved.

Ключевые слова: Петербург, «петербургский текст», краеведение, культура, образование, экскурсия, русская литература.

Keywords: Petersburg, «Petersburg text», local history, culture, education, excursion, Russian literature.

Российское образование всегда выполняло важную функцию социального и регионального «лифта», перемещая в крупные центры – и прежде всего в столичные города – амбициозных молодых людей из регионов. Ежегодно тысячи абитуриентов приезжают учиться в петербургские вузы, и многие остаются жить в городе навсегда, пополняя многомиллионное население мегаполиса. Петербург со времени основания был «цивилизацией приезжих» – таковым в большой степени остается и сейчас. Председатель совета ректоров вузов Санкт-Петербурга и Ленинградской области А. Демидов по итогам приемной кампании 2023 года называет впечатляющую цифру: две трети поступивших в петербургские вузы – иногородние [Николаев, 2023]. Не будет преувеличением допустить, что, в свою очередь, две трети из них останутся в городе на Неве и станут петербуржцами в первом поколении.

Решающую роль в приобщении приезжих к петербургской культурной традиции играет высшее образование. Именно общение с городом как знаковой системой (на языке семиотики) превращает вчерашних провинциалов в петербуржцев [Лихачев, 2015, с. 486], что неоднократно демонстрировала нам история на протяжении прошлого столетия.

Постижение «культурной топографии» (Д. С. Лихачев) Петербурга, «души города» (Н. П. Анциферов) – первоочередная образовательная и воспитательная задача педагогов университета [Боева, 2023]. «Петербурговедение» органично входит в содержание

таких гуманитарных курсов, как история, история литературы и искусства, культурология, однако следует практиковать краеведческие стратегии и в преподавании других дисциплин, например, лингвистического курса – изучая «язык города» [Колесов, 1991] на занятиях по русскому языку и культуре речи.

В традиционно литературоцентричном российском пространстве культурное освоение города подразумевает прежде всего освоение его мифологии через призму словесности: лучшие страницы отечественной классики созданы в Петербурге и часто о Петербурге. Однако в условиях кризиса книжной культуры не все абитуриенты хорошо знакомы с петербургской мифологией: в 2023 году ЕГЭ по литературе выбрали 44.000 человек – это предпоследнее место в рейтинге экзаменов, меньшее число желающих было только на географию [Ланцман, 2023]. «Аудивизуальный крен» в духовно-интеллектуальном развитии школьников и студентов усложняет задачу освоения культурного ландшафта города с помощью художественной литературы. Большинство студентов-нефилологов принадлежит к поколению «зрителей» (И. В. Кондаков [Кондаков, 2016]), воспринимая вербальный текст как картинку, а не как нарратив в контексте истории.

В этой связи важно объединить в сознании юных аудиовизуалов разные произведения русской словесности, входящие в состав т. н. «петербургского текста». Это понятие было введено в литературоведение семиотиком и филологом В. Н. Топоровым и обозначает, если переходить на интернет-язык, гипертекст русской литературы, в котором Петербург изображается как метафизическое пространство, определяющее сознание и личностное самоопределение героя в драматичных взаимоотношениях с мифогенной городской средой [Топоров, 1995]. Основоположником «петербургского текста» явился А. С. Пушкин, в поэме «Медный всадник» (1833) заложивший основы петербургского мифа и сформулировавший коренной конфликт русской жизни – между частной судьбой обычного человека («маленького человека») и государственной необходимостью, олицетворенной в образе грозного императора (заодно нам был «подарен» миф о «медном всаднике», который, как известно, сделан из бронзы). Конфликт этот, затем разрабатываемый в произведениях Гоголя, Достоевского, Некрасова и поэтов Серебряного века, стал мейнстримом русской литературы, не исчерпав ни актуальности, ни сюжетного ресурса вплоть до настоящего времени (А. Битов, Е. Водолазкин).

Санкт-Петербургский университет промышленных технологий и дизайна расположен в чрезвычайно выигрышной локации и дает блестящие преимущества в изучении «культурной карты» города сквозь призму «петербургского текста» [Рис. 1].

В непосредственной близости от главного здания университета (Б. Морская, 18) находятся почти все значимые «объекты» «петербургского текста» (впрочем, Невский проспект можно счесть и «субъектом», по Гоголю), включая воспетый Пушкиным памятник. В литературные маршруты по мотивам «петербургского текста», помимо последней квартиры Пушкина на набережной Мойки, 12, можно включить адреса, связанные с местом действия в произведениях школьного канона: дом «пиковой дамы», принадлежавший Н. П. Голицыной (М. Морская, 10); улица Гороховая, на которой жил герой Гончарова Илья Ильич Обломов и по которой бродит, рассматривая витрины, несчастный Макар Деушкин из романа Достоевского «Бедные люди». Отдельных экскурсий заслуживают арт-кафе отеля «Старая Вена» – бывший ресторан «Вена», где в начале прошлого века всегда были все знаменитые литераторы Серебряного века (ул. Гороховая, 8 / 13); музей В. Набокова (Б. Морская, 47). Стоит побывать и в кабаре «Бродячая собака» на Площади искусств, которое, как и «Старая Вена», – один из последних «островков» «петербургского текста» на карте города («могильщиком» «петербургского текста» был умерший в начале 30-х годов поэт и автор нескольких романов К. Вагинов, живший на Екатерининском канале, ныне носящем имя Грибоедова).



Рис. 1. Здание Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна. Арх. Л. В. Руднев, Я. О. Свирский, 1929.

Университет промтехдизайна состоит из десятка корпусов в самом центре города, и другие его здания, на Садовой, 54, и Вознесенском проспекте, 46, расположены на территории Достоевского – проживания, блужданий и маршрутов его героев и самого автора.

Повезло и учебному корпусу на Моховой, 26, который находится в окружении целого ряда литературных адресов и мемориалов – музеев-квартир Н. Некрасова, А. Ахматовой, И. Бродского. Рядом Летний сад, куда водили Онегина и где гулял сам автор романа, живший неподалеку, и Михайловский замок, где учился в Инженерном училище Достоевский.

Прогулки по литературным маршрутам в окрестностях Университета – возможность приобщиться к мифогенной реальности города и постигнуть его сущность, осознать свою причастность к истории и культуре страны. Учитывая особенности восприятия искусства и реальности современными аудиовизуалами, переживание культурной биографии города можно вызвать только за счет создаваемого иммерсивного эффекта.

Список литературы

1. Боева, Г. Н. Психологические особенности юного читателя-2023 // «Роль психологии, педагогики, медицины в физическом воспитании современной молодежи»: материалы XIII международной научно-практической конференции. – СПб. : ФГБОУВО «СПбГУПТД», 2023. – С. 50–53.
2. Колесов, В. В. Язык города. – М. : Высшая школа, 1991. – 190 с.
3. Кондаков, И. В. «Зричитель»: новый субъект современной культуры // Обсерватория культуры. – 2016. – Т. 13. – № 5. – С. 516–525.

4. Ланцман, М. ЕГЭ-2023 в цифрах: средний балл по разным предметам, стобалльники, двоечники и не только // Мел. – URL: <https://mel.fm/blog/mikhail-lantsman/69758-yege-2023-v-tsifrakh-sredny-ball-po-raznym-premetam-stoballniki-dvoyechniki-i-ne-tolko?yclid=lsuqvmprk5b552289603> (дата обращения: 27.06.2024).

5. Лихачев, Д. С. Экология культуры // Лихачев Д. С. Избранные труды по русской и мировой культуре. – СПб. : СПбГУП, 2015. – С. 485–499.

6. Николаев, П. Названа доля иногородних абитуриентов в вузах Петербурга // СПбДневник. – URL: <https://spbdnevnik.ru/news/2023-08-29/nazvana-dolya-inogorodnih-abiturientov-v-vuzah-peterburga> (дата обращения: 27.06.2024).

7. Топоров, В. Н. Петербург и «Петербургский текст русской литературы» (Введение в тему) // Миф. Ритуал. Символ. Образ: Исследования в области мифопоэтического: Избранное. – М. : Изд. группа «Прогресс» – «Культура», 1995. – С. 259–367.

А. И. БРЕНМАН

Санкт-Петербургский политехнический университет
Петра Великого (Санкт-Петербург, Россия)

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ: ВЛИЯНИЕ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ

COMMUNICATIVE STRATEGIES OF CORPORATE CULTURE: IMPACT ON THE EFFICIENCY AND COMPETITIVENESS OF ORGANISATIONS

Аннотация

Настоящее исследование посвящено анализу коммуникационных стратегий корпоративной культуры и их влиянию на эффективность деятельности компании в условиях глобализации. В работе выделяются такие ключевые элементы, как разработка миссии и ценностей, внутренняя и внешняя коммуникация, управление изменениями и систематический сбор обратной связи. На основе анализа данных исследований консалтинговой компании Deloitte и Harvard Business Review в исследовании показано, что четко определенная корпоративная культура способствует успешному управлению изменениями, росту доходов и удержанию талантов. Эмпирические данные, включая статистику Gallup и тематические исследования Google и Adobe, свидетельствуют о том, что регулярный сбор и анализ обратной связи повышает удовлетворенность сотрудников, улучшает рабочий процесс и снижает текучесть кадров. Статья подчеркивает важность стратегического подхода к управлению корпоративной культурой через коммуникационные практики для обеспечения устойчивости и конкурентоспособности организации. Таким образом, результаты исследования подтверждают, что эффективные коммуникационные стратегии являются ключевым фактором успеха в современном деловом мире, способствуя созданию позитивной рабочей среды и повышению общей организационной эффективности.

Abstract

This study analyses the communication strategies of corporate culture and their impact on corporate performance in a globalised world. The paper identifies such key elements as mission and values development, internal and external communication, change management

and systematic feedback collection. Based on analyses of research data from consulting firm Deloitte and Harvard Business Review, the study shows that a well-defined corporate culture contributes to successful change management, revenue growth and talent retention. Empirical evidence, including Gallup statistics and case studies from Google and Adobe, shows that regularly collecting and analysing feedback increases employee satisfaction, improves workflow and reduces turnover. The article highlights the importance of a strategic approach to managing corporate culture through communication practices to ensure sustainability and competitiveness of the organisation. Thus, the findings of the study confirm that effective communication strategies are a key success factor in today's business world, contributing to a positive work environment and improving overall organisational effectiveness.

Ключевые слова: компании, корпоративная культура, коммуникации, сотрудники, руководители.

Keywords: companies, corporate culture, communications, employees, managers.

В современном глобализированном мире корпоративная культура является одним из ключевых факторов, которые определяют успех организации. Стратегия коммуникации корпоративной культуры играет важную роль в формировании внутренней и внешней среды компании, влияющей на конкурентоспособность, адаптивность и устойчивость предприятия. Эффективное управление корпоративной культурой с помощью коммуникаций не только способствует повышению производительности, но и укрепляет корпоративную идентичность и лояльность сотрудников.

Согласно исследованию, проведенному консалтинговой компанией Deloitte, 94% руководителей и 88% сотрудников считают, что четко определенная корпоративная культура имеет решающее значение для успеха бизнеса [Кукса, 2019]. В свою очередь, у компаний с сильной корпоративной культурой в 1,5 раза выше вероятность увеличения доходов и в 2,5 раза выше вероятность привлечения, удержания талантливых сотрудников [Санжарова, 2013].

Также исследования показывают, что коммуникационные стратегии в корпоративной культуре включают в себя несколько ключевых аспектов: разработка миссии и ценностей, внутренняя и внешняя коммуникация, управление изменениями. Так, согласно исследованию Harvard Business Review, 70 % организационных изменений терпят неудачу из-за отсутствия коммуникации и сопротивления сотрудников, подчеркивая важность стратегического подхода к управлению корпоративной культурой через процесс коммуникации [Валиева, 2018], [Кукса, 2019].

Для более глубокого понимания выше поднятой темы, обратимся к Таблице №1.

Таблица 1

Коммуникационные стратегии в области корпоративной культуры и их влияние на организационную эффективность [составлено автором]

Аспект сравнения	Характеристика	Возможные инструменты	Влияние
Формирование ценностей и миссии	Выявление и продвижение ключевых корпоративных принципов и целей	Кодекс корпоративной этики	Укрепление корпоративной идентичности, повышение лояльности сотрудников

Внутренние коммуникации	Обмен информацией внутри организации (между сотрудниками и руководством)	Корпоративные порталы, собрания	Повышение производительности труда и снижение уровня неудовлетворенности и конфликтов.
Внешние коммуникации	Взаимодействие компании с внешними заинтересованными сторонами, включая клиентов, партнеров и общественность	Пресс-релизы, соцсети, публичные отчеты	Повышение репутации компании, укрепление бренда и привлечение новых клиентов и партнеров
Управление изменениями	Процессы и практики адаптации к внутренним и внешним изменениям	Обучающие программы, консультации, рабочие группы	Успешное внедрение изменений, снижение сопротивления сотрудников, ускорение адаптации к новым условиям
Обратная связь	Сбор и анализ мнений и предложений сотрудников для улучшения процессов и условий труда	Опросы, ящики для предложений	Повышение удовлетворенности сотрудников, улучшение рабочих процессов, повышение мотивации и участия
Корпоративные мероприятия	Организация мероприятий для укрепления духа компании и создания позитивной рабочей атмосферы	Тимбилдинги, корпоративные праздники, семинары	Укрепление командного духа, улучшение отношений между сотрудниками, повышение мотивации и удовлетворенности работой
Программы поощрений	Системы поощрения и признания персонала	Награды, бонусы, публичное признание	Повышение мотивации и производительности, снижение текучести кадров, привлечение и удержание талантливых людей
Корпоративное обучение	Образовательные и тренинговые программы для повышения компетенций сотрудников	Внутренние тренинги, внешние курсы, менторство	Повышение компетентности сотрудников, качества работы, талантов и конкурентоспособности компании

Подводя итог обозначим, определение миссии и ценностей –аспект корпоративной культуры, определяющий руководящие принципы и цели компании. Частью этого процесса является создание устава и этического кодекса компании, составляющие основу

корпоративной идентичности. По данным Deloitte (2020), 94% руководителей и 88% сотрудников считают, что четко сформулированные миссия и ценности являются основой успеха компании [Буянов, 2014].

Управление изменениями – набор процессов и практик, направленных на адаптацию организации к внутренним и внешним изменениям. Основными инструментами являются программы обучения, консультации и рабочие группы, что приводит к успешному управлению изменениями, снижает сопротивление сотрудников и ускоряет адаптацию к новым условиям. Эффективное управление изменениями повышает гибкость и адаптивность организации, повышая уровни устойчивости и конкурентоспособности.

По данным Gallup (2021), компании, регулярно собирающие и анализирующие отзывы сотрудников, на 21% прибыльнее и на 17% продуктивнее, чем те, которые этого не делают [Валиева, 2018]. Кроме того, в компаниях, активно использующих инструменты обратной связи, на 41% ниже уровень текучести кадров, подчеркивая важность обратной связи для создания стабильной и мотивированной рабочей силы.

Конкретным примером систематического сбора отзывов является использование компанией Google системы Googlegeist (ежегодный опрос сотрудников, охватывающий все аспекты рабочей среды и корпоративной культуры). Результаты анализируются и используются для разработки стратегий по улучшению рабочей среды и мотивации сотрудников. По данным Google, в опросе участвуют 90% сотрудников, что гарантирует достоверность и репрезентативность результатов [Кукса, 2019]. Эффективное использование обратной связи не только повышает удовлетворенность сотрудников, но и улучшает рабочие процессы. Так, компания Adobe сократила время выполнения проектов на 25%, выявив и устранив узкие места в рабочем процессе после проведения регулярных опросов сотрудников.

Исследование показывает, что коммуникационные стратегии корпоративной культуры являются важными инструментами для достижения устойчивого организационного успеха в условиях глобализации. Четкая миссия и ценности, эффективная внутренняя и внешняя коммуникация и грамотное управление изменениями являются ключом к формированию имиджа компании, повышению производительности и укреплению лояльности сотрудников. Опыт показывает, что систематический сбор и анализ обратной связи может значительно повысить эффективность организации, снизить текучесть кадров и улучшить рабочие процессы. Примеры успешного применения этих стратегий, такие как системы обратной связи Google и Adobe, подчеркивают практичность и эффективность этих методов. Таким образом, внедрение и поддержание эффективной коммуникационной стратегии корпоративной культуры является важнейшим фактором обеспечения конкурентоспособности и устойчивости современных организаций.

Список литературы

1. Буянов, В. И. Построение системы трансляции внутрикорпоративной информации // Коммуникология. – 2014. – Т. 7, № 5. – С. 85–92.
2. Валиева, О. В. Влияние институциональной среды на корпоративные практики управления в российских компаниях // Мир экономики и управления. – 2018. – Т. 18, № 4. – С. 177–189. – DOI 10.25205/2542-0429-2018-18-4-177-189.
3. Кукса, Д. И. Стратегия формирования корпоративной культуры в государственной сфере // Проблемы научно-практической деятельности. Перспективы внедрения инновационных решений: сб. ст. Всерос. науч.-практ. конф. Ижевск, 17 декабря 2019 года. Т. Ч. 1. – Ижевск: «ОМЕГА САЙНС», 2019. – С. 129–131.
4. Санжарова, И. Э. Особенности корпоративной коммуникации компании с внешней средой // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2013. – № 6(666). – С. 177–186.

О. Л. ЗАБОЛОТНЕВАЧелябинский государственный университет
(Челябинск, Россия)**ИМИДЖЕВЫЙ ТЕКСТ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ:
ОДИН ИЗ АСПЕКТОВ КОММУНИКАТИВНОГО АУДИТА****IMAGE TEXT OF AN EDUCATIONAL ORGANIZATION:
ONE OF THE ASPECTS OF COMMUNICATION AUDIT**

Работа выполнена при содействии Фонда поддержки научных инициатив ФГБОУ ВО «ЧелГУ» 2024 г.
This work was supported by the Foundation for the Support of Scientific Initiatives Research at Federal State Educational Institution of Higher Education “CSU” in 2024

Аннотация

Основной целью статьи является рассмотрение жанра имиджевого текста в университетских социальных сетях и внешнего (организация и общество) направления вербального взаимодействия. Имиджевый текст является одним из аспектов анализа коммуникативного аудита образовательной организации. В статье исследуется явление имиджевого текста в медиaprостранстве университета с целью выявления тематики и прагматического арсенала языковых единиц, которые создают позитивный образ вуза. В группе социальной сети ВКонтакте Белорусского государственного университета публикуются тематические рубрики, новости о научных достижениях, культурно-спортивных мероприятиях, благотворительных акциях и других значимых событиях, которые отражают ценности вуза и белорусского общества в целом. Выводы проведенного исследования способствуют пониманию особенностей внешней и внутренней коммуникации университета и отличительных черт самоидентификации вуза в социальных сетях. Формирование положительного образа организации является постоянной прагматической целью всех составляющих имиджевого текста и прослеживается во всех текстах социальной сети. В статье приводятся некоторые точки зрения на данный феномен в научной литературе, делаются обобщения и выводы, намечаются перспективы дальнейшего исследования.

Abstract

The main objective of the article is to consider the genre of the image text in university social networks and the external (organization and society) direction of verbal interaction. The image text is one of the aspects of the communicative audit analysis of an educational organization. The article examines the phenomenon of the image text in the university media space in order to identify the topics and pragmatic arsenal of linguistic units that create a positive image of university. VKontakte social network group of the Belarusian State University publishes thematic headings, news about scientific achievements, cultural, sports, charity and other significant events that reflect the values of the university and Belarusian society on the whole. The findings of the study contribute to the understanding of the features of external and internal communication of the university and the distinctive features of self-identification of the university in social networks. The formation of a positive image of the organization is a constant pragmatic aim of all the components of image text and it can be traced in all the texts of the social network. The article presents some points of view on this phenomenon in scientific literature, and also makes generalizations and conclusions, and outlines prospects for further research.

Ключевые слова: медианпространство вуза, университетская социальная сеть, коммуникативный аудит, имиджевый текст, сообщество ВКонтакте, Белорусский государственный университет.

Keywords: university media space, university social network, communication audit, image text, VKontakte community, Belarusian State University.

Введение

Некоторые аспекты коммуникативного аудита высшего учебного заведения могут быть использованы в образовательном процессе в качестве совместного исследования преподавателей и студентов по изучению микрокультуры университета и более глубокому пониманию особенностей внешней и внутренней коммуникации вуза, отличительных черт самоидентификации вуза и его представителей в социальных сетях.

При изучении языковой среды организации и нормативности вербальной коммуникации Е. В. Харченко и Л. А. Шкатова предлагают использовать лингвистические критерии, а именно, общее семантическое пространство, единую систему номинаций, описание дискурсивных практик и т.д. Авторы рекомендуют внедрение новой дисциплины – организационной лингвистики. [Харченко, Шкатова, 2012].

В одной из своих трудов Л. А. Шкатова утверждает, что словарь-пособие, в котором инкорпорированы речевые клише и формулы, принятые в организации, может послужить методической базой для сотрудников и основой для оценки их деятельности [Шкатова, 2011].

Л. А. Шкатова предлагает различные лингвостилистические методы, которые используются при оценке эффективности коммуникации сотрудников. Наиболее продуктивным, по мнению автора, является дискурс-анализ. В статье также представлены лексико-семантический, синтаксический, идейно-стилистический анализ, а также, контент-анализ [Шкатова, 2016].

Ранее в нашей статье мы рассмотрели исправление ошибок и шейминг как один из аспектов коммуникативного аудита. Успешность выполнения задач, связанных с формированием знаний и умений, напрямую зависит от определенных языковых клише и формул, которые, «являясь речевой составляющей имиджа организации, эффективно раскрывают потенциал студентов и проявляют особенности вербального аудиторного и внеаудиторного поведения преподавателей и обучающихся» [Заболотнева, Кожухова, 2023].

Различные подходы к изучению понятия «имидж» и жанра имиджевого текста предлагают А. В. Анненкова, Ю. Н. Варфоломеева, Е. Н. Вершинина, Е. И. Голованова, А. А. Демидович, Л. Г. Егорова, О. И. Калинин, К. В. Киуру, Э. Н. Климова, Е. И. Клинок, Т. В. Ковалькова, И. П. Ромашова, Ю. В. Тимохина и другие. Анализ языковой специфики «контента университетских социальных сетей с целью выявления прагматического потенциала языковых единиц, участвующих в формировании положительного образа вуза», проводится, в частности, в работах Н. С. Олизько [Олизько, 2024].

«Коммуникативный аудит – одна из составных частей оценки деятельности организации и ее сотрудников. Данный вид аудита, как следует из названия, затрагивает речевую составляющую имиджа организации, которая может быть реализована в различных направлениях: внешнем (организация и общество), внутреннем (система вербального взаимодействия сотрудников) и, характерном для образовательных учреждений, коммуникативном аудиторном и внеаудиторном поведении профессорско-преподавательского состава и обучающихся. Базовые аспекты коммуникации на всех уровнях могут быть изложены в Уставе организации, в методическом пособии или словаре устойчивых речевых формул, которые отражали бы ценности организации» [Шкатова, 2011, с. 115].

Цель исследования – описать феномен имиджевого текста образовательной организации и внешнее (организация и общество) направление вербального взаимодействия в университетских социальных сетях.

Основными *методами* исследования коммуникативного аудита считаются «наблюдение, обследование, инвентаризация текстов, контрольные срезы, экспертная оценка, опрос, проверка объемов выполненных работ» [Шкатова, 2016, с. 42]. На данном этапе исследования применяются экспертная оценка и наблюдение. Контент-анализ, лингвокультурное и лингвопрагматическое описание являются релевантными частнолингвистическими методами.

Ниже будет предпринята попытка провести ценностно-смысловой и лингвопрагматический анализ социальной сети ВКонтакте Белорусского государственного университета.

Языковые средства формирования имиджа образовательной организации

Деятельность любой организации оценивается посредством речевой составляющей ее имиджа, который складывается из внешнего (организация и общество) направления и внутренней системы общения сотрудников. Внешнее направление образует связь между организацией и обществом путем создания имиджевых текстов, которые зачастую формируют положительный образ организации: «Имиджевый текст имеет четко заданную структуру, все элементы которой (как, в сущности, и сам текст) имеют одну прагматическую цель – формирование в основном позитивного образа базисного субъекта. Данная цель остается константной и передается из текста в текст» [Егорова, 2016, с. 41].

На примере сообщества Белорусский государственный университет (БГУ) ВКонтакте рассмотрим речевую составляющую имиджа организации, которая реализуется во внешнем направлении – организация (БГУ) и общество. Напомним, что Белорусский государственный университет (Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт) – ведущий университет Республики Беларусь, один из крупнейших научно-инновационных центров, который был создан в начале двадцатого века. Университет формирует положительный образ, активно используя медиaprостранство.

Наше исследование проводится на материале текстов, опубликованных на страницах сообщества Белорусский государственный университет (БГУ), в группе социальной сети ВКонтакте. Сообщество создано 27 мая 2007 года. На страницах социальной сети публикуются новости, которые отражают как личные достижения и успехи обучающихся, преподавателей и ученых, так и глобальные научные открытия, которые являются знаменательными не только для университета, но и для мира в целом. Сообщество состоит из студентов и преподавателей, сотрудников, абитуриентов и выпускников, а также всех тех, кто интересуется событиями из жизни университета, любит и чтит его традиции.

Рассматривая текст имиджевой статьи, Е. И. Клиник определяет, что «одним из вариантов целевой установки, характерных для текстов этого жанра, является установка на информирование адресата» [Клиник, 2016, с. 81]. Адресат получает информацию, которая непосредственно связана с важными аспектами деятельности той или иной организации и является частью картины мира адресанта. В текстах имиджевых статей генерируется целевая установка информирования благодаря использованию таких языковых единиц как термины, числительные и имена собственные. Такая лексика имеет высокий уровень информативности. «Восемьдесят неизвестных героев Великой Отечественной войны» – так называется тематическая рубрика, которая посвящена 80-летию освобождения Беларуси. Название рубрики было выбрано не случайно. На страницах сообщества публикуются восемьдесят историй об участниках войны. В них рассказывается о тех, кто освобождал Беларусь и другие страны от немецко-фашистских захватчиков, о людях, которым пришлось пройти через жестокие испытания: «Выдержками своего ис-

следования о судьбе и подвигах жителей городского поселка Ивенец в годы Великой Отечественной войны поделился преподаватель кафедры гражданского права юридического факультета БГУ Вилен Павловский. Также свои семейные истории рассказали доцент кафедры философии и методологии науки факультета философии и социальных наук БГУ Екатерина Радевич и третьекурсница механико-математического факультета БГУ Надежда Жук» [Делимся выпуском хроники..., URL]. «В новом выпуске хроники историей об уникальной судьбе своего прадедушки в годы Великой Отечественной войны поделится магистрант исторического факультета БГУ Владимир Пурко. Его доблестный родственник принимал участие в операции по освобождению Калининграда и партизанском движении» [Делимся выпуском хроники..., URL]. Прагматингвистический анализ выпусков хроники позволяет установить, что информативными в них являются названия кафедр (кафедра философии и методологии науки, кафедра гражданского права); факультетов (например, факультет философии и социальных наук и т.д.); количественное числительное (80); имена преподавателей и обучающихся (Екатерина Радевич, Вилен Павловский, Владимир Пурко, Надежда Жук), а также, названия населенных пунктов (Ивенец, Калининград).

В университете регулярно проводятся различные патриотические акции с целью укрепления связи поколений и сохранения исторической памяти. В торжественном возложении цветов принимают участие преподаватели и сотрудники университета, ветераны, гости и студенты. Акции могут быть приурочены к празднику или, например, Дню белорусских студенческих отрядов, который отмечается в Беларуси ежегодно 1 августа. О подобных акциях читатели узнают на странице сообщества: «Более 50 бойцов студотрядов БГУ приняли участие в торжественном возложении цветов к мемориальному знаку «Стела Памяти». Патриотическая акция приурочена ко Дню белорусских студенческих отрядов, который отмечается в нашей стране 1 августа и объединяет многие поколения белорусов. В знак уважения к подвигу предков бойцы студотрядов и сотрудники университета почтили память и произнесли слова благодарности студентам и преподавателям БГУ, которые ежедневно отвоевывали мир и спокойствие для Беларуси в годы второй мировой войны» [Более 50 бойцов студотрядов БГУ..., URL]. Лексемы «бойцы», «отряд», «подвиг», «отвоевать», «патриотический» подчеркивают мысль о том, что молодое поколение стоит на страже Отечества и в любой момент готово защищать его границы и безопасность.

Благотворительность – одно из направлений, которое часто обсуждается на страницах сообщества. Руководство университета активно содействует развитию благотворительной деятельности. Так, малообеспеченные и многодетные семьи имеют возможность получить помощь и собрать детей к школе благодаря различным акциям, например, благотворительной акции «Соберем портфель вместе»: «Информируем, что в Минске стартует республиканская благотворительная акция «Соберем портфель вместе». Сегодня в 13.00 у Дома книги «Светоч» детей и родителей порадуют интересные фотозоны, ростовые куклы, аквагрим и другие активности» [Информируем, что в Минске стартует..., URL]. Совершенный вид глагола «соберем» в будущем времени, множественном числе указывает на то, что цель будет достигнута совместно, общими усилиями всех участников акции.

В подобных мероприятиях принимают участие активисты организации ПО БСЖ БГУ (Первичная организация Белорусского союза женщин Белорусского государственного университета): «Активисты организации приняли участие в открытии благотворительной акции «Соберём портфель вместе». Акция продлится до 30 августа. Принять участие в ней могут все желающие. В День Успения Праведной Анны, матери Богородицы, представители ПО БСЖ БГУ совершили паломническую поездку по маршруту Сынковичи-

Жировичи с посещением Церкви Святого Архангела Михаила в Сынковичах и Свято-Успенского Жировичского монастыря. Мероприятие организовано в рамках проекта «Семья и семейные ценности в традиционной народной культуре» [Новости ПО БСЖ БГУ, URL]. В названии проекта такие лексические единицы как «семья», «ценности», «традиционный» подчёркивают мысль о том, что традиционные семейные ценности важны как для университета, так и для белорусского общества в целом.

Заключение

Оценка речевой составляющей имиджа организации в рамках коммуникативного аудита, а именно, его внешнего направления, экстраполируется и на деятельность организации в целом, способствует выявлению специфики внешней и внутренней коммуникации университета и отличительных аспектов самоопределения вуза и его репутации. Комплекс имиджевых текстов образует связь между организацией и обществом в университетских социальных сетях. Все компоненты имиджевого текста направлены на формирование положительного образа вуза. Данная цель остается неизменной и прослеживается во всех текстах социальной сети. Вербальные средства генерируют целевую установку информирования, способствуют продуктивному взаимодействию адресанта и адресата и отражают такие ценности как *патриотизм, историческая память, связь поколений, семья, традиции, благотворительность* и т.д.

В перспективе возможно проведение более подробного исследования стратегий и тактик жанра имиджевого текста как важной составляющей медиапространства вуза.

Список литературы

1. Более 50 бойцов студотрядов БГУ... // Белорусский государственный университет (БГУ). Записи сообщества ВКонтакте. – URL : https://vk.com/bsu_by?w=wall-94684_68088 (дата обращения: 01.08.2024).
2. Делимся выпуском хроники «80 неизвестных героев Великой Отечественной войны» // Белорусский государственный университет (БГУ). Записи сообщества ВКонтакте. – URL : https://vk.com/wall-94684?w=wall-94684_68086 (дата обращения: 05.08.2024).
3. Делимся выпуском хроники «80 неизвестных героев Великой Отечественной войны» // Белорусский государственный университет (БГУ). Записи сообщества ВКонтакте. – URL : https://vk.com/wall-94684?w=wall-94684_68117 (дата обращения: 07.08.2024).
4. Егорова, Л. Г. Имиджевый текст как феномен современного информационного пространства Л. Г. Егорова // Монография. – Симферополь : Издательство ОДЖАКЪ, 2016. – 207 с.
5. Заболотнева, О. Л. Исправление ошибок и шейминг: один из аспектов коммуникативного аудита / О. Л. Заболотнева, И. В. Кожухова // Лингвистика и образование. – 2023. – Т. 3. – № 2 (10). – С. 74–82.
6. Информлируем, что в Минске стартует республиканская благотворительная акция // Белорусский государственный университет (БГУ). Записи сообщества ВКонтакте. – URL : https://vk.com/bsu_by?w=wall-94684_68115 (дата обращения: 12.08.2024).
7. Клинк, Е. И. Средства формирования целевой установки информирования в текстах имиджевых статей // Филология и человек. – 2016. – № 2. – С. 79–88.
8. Новости ПО БСЖ БГУ // Белорусский государственный университет (БГУ). Записи сообщества ВКонтакте. – URL : https://vk.com/wall-94684?w=wall-94684_68119 (дата обращения: 15.08.2024).
9. Олизько, Н. С. Образ ректора как средство формирования имиджа университета // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах : Материалы XII Международной научной конференции, Челябинск, 11-12 апреля 2024 года : ЧелГУ. – 2024. – С. 76–79.

10. Харченко, Е. В. Новое призвание филологов: Лингвистика организации / Е. В. Харченко, Л. А. Шкатова // Вестник Новосибирского государственного университета. – Серия: История, филология. – 2012. – Т. 11. – № 9. – С. 235-240.

11. Шкатова, Л. А. Методика коммуникативного аудита организации // Челябинский гуманитарий. – 2016. – № 2(35). – С. 40-45.

12. Шкатова, Л. А. Словарь устойчивых речевых формул как компонент культуры организации // Проблемы истории, филологии, культуры. – 2011. – № 3(33). – С. 115-118.

И. О. ЗАХАРОВА, Е. А. ТАТАРИНОВА
Государственный университет управления
(Москва, Россия)

СОВРЕМЕННЫЕ КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ

MODERN CORPORATE COMMUNICATION STRATEGIES

Аннотация

В статье приводятся дефиниции процесса коммуникации в целом и корпоративных коммуникаций в частности. Дается определение корпоративной культуры, указываются её разновидности на основе типов организаций. Рассматриваются виды и типы внутренних коммуникативных стратегий в зависимости от типа корпоративной культуры, принятой в организации. Приводятся примеры конкретных коммуникативных стратегий для применения внутри организации как для вертикальных, так и для горизонтальных коммуникаций между сотрудниками. Делается вывод о том, что грамотно подобранные и применяемые коммуникативные стратегии положительно сказываются на рабочей атмосфере, уровне удовлетворённости сотрудников и в целом повышают эффективность работы компании и показатели её деятельности. Статья может служить кратким руководством по коммуникативным стратегиям для специалистов по коммуникациям компаний.

Abstract

The article provides definitions of the communication process in general and those of corporate communications in particular. A definition of corporate culture is given, its varieties are indicated based on the types of organisations. The kinds and types of internal communication strategies are considered depending on the type of corporate culture adopted in the organisation. Examples of specific communication strategies for use within an organization are provided for both vertical and horizontal communications between employees. It is concluded that well-chosen and applied communication strategies have a positive effect on the working atmosphere, the level of employee satisfaction and, in general, increase the efficiency of the company and its performance indicators. The article can serve as a short guide to communication strategies for company communications specialists.

Ключевые слова: *Коммуникативные стратегии, корпоративные коммуникации, речевая коммуникация, корпоративная культура, коммуникативная цель, коммуникативная ситуация.*

Keywords: *Communication strategies, corporate communications, speech communication, corporate culture, communication goal, communication situation.*

Как известно, успешный бизнес во многом – результат успешных коммуникаций [Костылева, 2017, с. 3]. Более того, коммуникативный процесс – основа любой организации и труда в ней [Окатов, 2017, с. 45]. Сложно переоценить роль правильно выстроенных коммуникаций компании.

Бизнес-коммуникации являются неотъемлемой частью корпоративной культуры организаций. С установлением рыночной капиталистической экономики и ликвидацией социалистического строя в России претерпела кардинальные изменения и организационная культура. Доля частных коммерческих компаний в экономике России неуклонно растёт. На 1 января 2024 года количество коммерческих компаний в России составляло 2,61 млн. [Коммерсант, 2024]. Деятельность сотрудников коммерческих организаций, созданных для генерирования прибыли, в корне отличается от трудовых обязанностей работников государственных учреждений. Именно для бизнеса корпоративная (организационная) культура приобрела огромное значение.

Среди научных дефиниций организационной культуры стоит отметить определение Э. Шейна, согласно которому это система коллективных базовых представлений, приобретаемых группой при разрешении проблем адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, которые доказали свою эффективность, и поэтому рассматриваются как ценность и передаются новым членам группы в качестве правильной системы восприятия, мышления и чувствования в отношении названных проблем [Э. Шейн, 2002, с. 37].

Определения корпоративной культуры, принятые в бизнес-среде, намного лаконичнее: это набор общих ценностей, убеждений, норм поведения и принятых обычаев внутри организации; она формирует уникальную атмосферу и стиль работы компании, влияет на взаимодействие сотрудников между собой, их подход к работе, принятие решений и отношение к клиентам [Банки, 2023].

В зависимости от типов организаций существуют различные виды организационной культуры. Наиболее распространена следующая классификация видов корпоративной культуры, разработанная К. Камероном и Р. Куинном: клановая (семейная), при которой сотрудники должны чувствовать себя частью семьи; адхократическая (культура творчества), характеризующаяся свободой поиска новых идей; иерархическая (культура регулирования), где правила являются определяющими, а инновации не приветствуются; рыночная (конкурентная), при которой сотрудники нацелены на успех и нанесение поражения конкурентам [Банки, 2023]. Очевидно, что в коммерческих компаниях преобладает именно рыночная корпоративная культура.

Цель данной работы – исследование внутриорганизационных коммуникаций именно в рамках корпоративной культуры. Именно принятый в организации тип корпоративной культуры определяет стратегии коммуникации.

Коммуникационные процессы, в которых задействованы компании, подразделяются на внешние и внутренние. Корпоративные коммуникации можно рассматривать в виде совокупности потоков информации как внутри компании – вертикальных (начальник – подчинённый) и горизонтальных (между сотрудниками одного иерархического уровня), – так и связывающих ее с внешним миром, т.е. с лицами, заинтересованными в её деятельности и продуктах [Козлова, 2013, с. 50].

Если компания пользуется хорошей репутацией у потребителей, партнёров и сотрудников, значит, специалистами по коммуникациям компании были выбраны и реализованы правильные коммуникативные стратегии.

Существует множество дефиниций коммуникативных стратегий. Нам представляется оптимальным следующее определение (на основании дефиниции О.Л. Михалёвой): коммуникативная стратегия – это часть процесса коммуникативного взаимодействия, в

которой для достижения определённой коммуникативной цели используется серия различных вербальных и невербальных средств [Михалёва, 2009, с. 45].

При реализации коммуникативной стратегии следует учитывать интенцию автора, конечную коммуникативную цель, коммуникативную ситуацию (условия коммуникации) – время и место, различные характеристики участников акта общения (возраст, пол, профессия, должность, социальный статус, национальность, личностные качества, эмоциональное состояние). При этом при планировании стратегии важны как непосредственно лингвистические, так и экстралингвистические факторы.

Важность лингвистических и экстралингвистических факторов при организации процесса речевой коммуникации подчёркивали многие исследователи: речевая коммуникация – это не последовательность поочерёдных высказываний коммуникантов, а их переплетение как с лингвистической точки зрения (на лексико-грамматическом, фонетическом и др. уровнях), так и с экстралингвистической (задачи коммуникативного акта, ожидаемые результаты) [Молявина, 2022, с. 95].

Известны различные классификации коммуникативных стратегий. В зависимости от прагматической цели адресанта выделяют кооперативные и некооперативные (конфронтационные) стратегии. Совершенно очевидно, что стратегии, направленные на сотрудничество (кооперативные), гораздо эффективнее с точки зрения скорейшего достижения целей с наименьшими затратами. Подход к заключению соглашений (в том числе, трудовых) по формуле «win – win», когда обе стороны выигрывают в результате достигнутых договорённостей, на сегодняшний день превалирует в авангарде бизнес-среды, и всё больше участников экономической жизни (как предпринимателей, так и руководителей государственных и общественных организаций) приходят к выводу, что взаимовыгодный подход является наиболее оптимальным и эффективным методом ведения дел. Кооперативные стратегии применимы как во внешних, так и во внутренних коммуникациях компаний, для оптимизации рабочих процессов внутри компаний, повышения эффективности работы и создания благоприятной рабочей атмосферы.

Для государственных организаций и, зачастую, крупных коммерческих компаний с иерархической корпоративной культурой свойственны жёсткая иерархия и директивный характер коммуникаций. Директивы обязательны для выполнения, обсуждение и диалог не предполагаются. Формы документов для письменной коммуникации в таких организациях следующие: доклад, отчёт, служебная записка – для сотрудников-исполнителей; распоряжения и приказы – для руководителей. Устная формальная коммуникация сводится к выступлениям и докладам на совещаниях как на вертикальном, так и на горизонтальном уровнях. Каналы коммуникации исключительно формальные. Стиль речи – официальный, книжный. Используемые коммуникативные стратегии, безусловно, рациональные (воздействие оказывается на когнитивную базу реципиента) и некооперативные.

В средних и мелких коммерческих компаниях (рыночная корпоративная культура), стартапах (рыночная, адхократическая культура) и организациях, лишённых строгой иерархии (клановый, адхократический типы организационной культуры), используются либо смешанные (одновременное обращение к эмотивному и рациональному мышлению), либо эмоциональные коммуникативные стратегии (нацелены на стимуляцию у адресата определённых эмоций) [Полуйкова, 2010, с. 64]. При этом они имеют гораздо более кооперативный характер, по сравнению с теми, которые применяются в крупных иерархических организациях. Стиль как устной, так и письменной коммуникации – менее формальный либо неформальный, зачастую с использованием разговорной лексики (в общении между сотрудниками одного уровня). Многие рабочие вопросы решаются не на совещаниях, а в процессе неформального общения между сотрудниками.

В настоящее время, благодаря стремительному развитию информационных технологий, появилось множество эффективных инструментов для развития внутриорганизационных коммуникаций. Возможно создание корпоративных чатов в мессенджерах и страниц компании в соцсетях, что обеспечивает оперативную обратную связь: сотрудники могут оставлять комментарии, задавать волнующие их вопросы. Руководители могут вести собственные блоги, подчёркивая открытость для общения.

К коммуникативным стратегиям следует отнести и выбор речевой позиции. Позиция информатора предполагает нейтральную подачу информации автором. Позицию комментатора автор занимает, если аудитория владеет основной информацией и нуждается лишь в комментариях и оценках инициатора коммуникации. Позиция собеседника означает равноправное партнёрство автора и аудитории. При этом широко используется метод диалогизации. Как известно, следует говорить не аудитории, а с аудиторией (классическое правило риторики). Лексическими средствами диалогизации являются следующие фразы: «Мне могут возразить...», «Меня иногда спрашивают...», «Иногда мне приходится слышать следующие возражения...», «Я постоянно слышу вот такие вопросы...». Среди речевых позиций нельзя не отметить позицию советчика, которая уместна в том случае, если аудитория знакома с предметом речи, а от автора требуется лишь систематизировать информацию и дать необходимый совет. Позиция эмоционального лидера будет эффективна в тех организациях, где инициатор коммуникации пользуется абсолютным авторитетом. В этом случае автор чувствует себя свободно, удачно импровизирует, его выступления ждут с нетерпением. [Черкашина, 2012, с. 83]. Позиции информатора и комментатора могут применяться в иерархических организациях с выраженной формальной составляющей. Роли собеседника, советчика и эмоционального лидера при реализации коммуникативных стратегий применимы в инновативных современных организациях, идущих в ногу со временем.

Итак, правильный выбор внутриорганизационных коммуникативных стратегий критически важен для успешной деятельности и динамичного развития организаций. Правильно выстроенные корпоративные коммуникации – залог успеха компании и благополучия сотрудников.

Список литературы

1. Козлова, Н. П. Корпоративные коммуникации - приоритетное направление в области построения деловой репутации // Научные труды Вольного экономического общества России. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnye-kommunikatsii-prioritetnoe-napravlenie-v-oblasti-postroeniya-delovoy-reputatsii> (дата обращения: 16.06.2024).
2. Костылева, Н. В. Управление коммуникациями в менеджменте : учеб. пособие. – Екатеринбург : Изд-во Урал.ун-та, 2017. – 127 с.
3. Михалёва, О. Л. Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 256 с.
4. Молявина, Е. А. Коммуникативная стратегия: природа, классификация и прагматика // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2022. №7 (862). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnaya-strategiya-priroda-klassifikatsiya-i-pragmatika> (дата обращения: 16.06.2024).
5. Окатов, А. В. Понятие и виды корпоративной культуры / А. В. Окатов, Д. А. Соловьев // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки. 2017. №3 (11). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-i-vidy-korporativnoy-kultury> (дата обращения: 16.06.2024).

6. Полуйкова, С. Ю. Персуазивные стратегии в современном просветительском дискурсе // Вестник Пермского университета. – 2010. – №4. – С. 63–67.
7. Черкашина, Т. Т. Лингвокоммуникации в управлении : практикум по культуре речи, риторике и деловому общению для бакалавров всех направлений и профилей / Т. Т. Черкашина, В. В. Таргынских. – М.: ГУУ, 2012. – 126 с.
8. Шейн, Э. Х. Организационная культура и лидерство. – СПб.: Питер, 2002. – 336 с.
9. Число действующих в России компаний в 2023 году увеличилось впервые с 2015 года // Kommersant.ru. – URL : <https://www.kommersant.ru/doc/6452636> (Дата обращения: 25.06.2024).
10. Корпоративная культура // Banki.ru. – URL : https://www.banki.ru/wikibank/korporativnaya_kultura/ (Дата обращения: 25.06.2024).

Е. В. ЗУБАРЕВА

Государственный университет управления
(Москва, Россия)

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЯ ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ
КОМПЕТЕНЦИИ, ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ ОБУЧАЮЩИХСЯ
И УЧЁТА УСПЕВАЕМОСТИ И ПОСЕЩАЕМОСТИ СТУДЕНТОВ
В ЦИФРОВОЙ ЭКОСИСТЕМЕ ВУЗА**

**IMPROVING THE SYSTEM OF CONTROL OF STUDENTS' LINGUISTIC
COMPETENCE, KNOWLEDGE, SKILLS AND ABILITIES AND RECORD
OF ACADEMIC PERFORMANCE AND ATTENDANCE IN THE DIGITAL
ECOSYSTEM OF A UNIVERSITY**

Аннотация

В статье описан метод использования электронного журнала или онлайн таблиц с публичным доступом в качестве инструмента эффективной организации практической работы преподавателя и студентов в парадигме цифровизации общества, гуманизации высшего образования и инновационных изменений системы оценки качества образования и освоения студентами программы дисциплины иностранный язык и иностранный язык делового и профессионального общения. Метод успешно опробован на базе Государственного университета управления, г. Москва в течении трёх лет. В статье представлены преимущества и некоторые рекомендации по внедрению данного метода. В связи с неустойчивой геополитической картиной мира предлагаются как зарубежные, так и отечественные платформы для организации работы в рамках данного метода.

Abstract

The article describes a method of using an electronic journal or online tables with public access as a tool for effective organization of practical work of teachers and students in the paradigm of digitalization of society, humanization of higher education and innovative changes in the system of assessing the quality of education and students mastering the program of the discipline foreign language and foreign language of business and professional communication. The method has been successfully tested on the basis of the State University of Management, Moscow for three years. The article presents the advantages and some recommendations for

the implementation of this method. Due to the unstable geopolitical picture of the world, both foreign and domestic platforms are offered for organizing work within the framework of this method.

Ключевые слова: *контроль успеваемости в вузе, аттестация, электронный журнал, контроль посещаемости в вузе, метод интерактивного обучения, гуманизация высшего образования.*

Keywords: *university performance monitoring, certification, electronic journal, university attendance monitoring, interactive learning method, humanization of higher education.*

В парадигме гуманизации высшего образования в России всё чаще возникает необходимость делать процесс обучения дисциплинам практического цикла максимально комфортным для всех участников этого процесса. Особенно эта проблема ярко проявилась в период карантина пандемии covid-19. Для преподавателя вуза дисциплин практического цикла встал вопрос о том, как можно наладить общение со студентами в удобном для всех формате, создать некий «хаб» с результатами промежуточных контрольно-измерительных мероприятий, итоговых работ за семестр, дайджестом заданий по проведенным практическим занятиям и домашним заданием, где можно было бы оставлять ссылки на полезные дополнительные материалы, исследовательские статьи по направлениям подготовки, который кроме всего прочего наглядно демонстрировал бы общую картину успеваемости и посещаемости группы и тем самым мотивировал бы обучающихся не отставать от коллектива. Таким решением мог стать интерактивный электронный журнал с публичным доступом для студентов. По образу и подобию электронного журнала в российских школах автор организовал в онлайн-оценочную таблицу или электронный журнал с публичным доступом для каждой группы.

О создании единой системы мониторинга и контроля ведётся речь уже довольно давно и многими исследователями [Петрашевская, 2012, с. 107, Черемисина и др., 2004, с. 2015, Дежнец и др., 2017, с. 35, Куринин и др., 2013, с. 80] Подчеркивается необходимости совершенствования средств и инструментов контроля знаний, анализа качества процесса обучения. Большие надежды возложены на мобильные компоненты, позволяющие обучающимся в процессе обучения оценивать и анализировать приобретаемые знания, активно выявлять пропущенные темы, получать в нужное время полную информацию о пройденном материале. [Черемисина и др., 2004, с. 2015] Некоторые участники педагогического процесса рекомендуют электронный дневник как удобный инструмент оценивания знаний, умений и навыков, языковой компетенции [Петрашевская], что будет способствовать укреплению знаний по дисциплинам вуза [Темирова и др., 2017, с. 47].

В практическом плане, автором в облаке Microsoft 365 на сайте вуза автора (www.guu.ru), доступ к которому есть у каждого обучающегося вуза, были созданы таблицы, ссылку на которые автор даёт в переписке с группой в Личном кабинете на сайте вуза. Для стабильной работы данного «хаба» без элементов взлома или хакерства автор включает функцию «только просматривать» при отправке ссылки, благодаря чему менять в этой таблице студенты ничего не могут, редактировать и вносить изменения может только преподаватель, хотя у студентов сохраняется возможность переходить по ссылкам на дополнительные материалы.

Таблицы имеют следующую структуру и организацию. По горизонтали в таблице стоят даты проведения практических занятий, по вертикали список студентов. Так же отдельными столбцами стоят основные устные и письменные работы, выделенные в вертикальные столбцы и залитые разными цветами для быстрого поиска основных промежуточных и итоговых аттестаций. Например, жёлтым цветом залита устная форма

работы – топик с изучаемым вокабуляром к юнитам семестра. Зелёным цветом залиты письменные работы – для первого курса – это введение в academic writing, аннотации, официальные и деловые письма и электронные деловые письма. Красная колонка — это итоговая проектная работа. Розовым цветом выделен столбец с итоговым устным собеседованием. При заполнении таблиц можно использовать функцию добавления строк и столбцов, что делает процесс работы в таблицах максимально удобным.

Под списком студентов группы ниже в таблице находится своеобразный дайджест, где преподаватель на каждую дату практического занятия фиксирует в отдельных строках что было пройдено (в учебнике или рабочей тетради, страницы, ссылки на дополнительные материалы). Для наглядности цветом выделены задания по основным письменным или устным работам, совпадающие с цветом столбцов промежуточной или итоговой аттестации по устным или письменным работам. Кроме этого, преподаватель прикрепляет ссылки на правила оформления письменных работ, такие как требования к оформлению и защите проектной работы или может быть, например, прикреплена ссылка на памятку по созданию презентации для проектов.

Практика доказала, что доступность и наглядность таких таблиц помогает студентам сравнивать свои достижения с достижениями своих одногруппников, и мотивирует студентов вовремя сдавать все необходимые работы. Вместо разовых оценок за экзамены или зачеты в конце учебного периода студенты видят оценки за учебные достижения на всех промежуточных этапах по практическим занятиям, что позволяет сделать систему оценки более объективной и прозрачной.

Кроме того, такая таблица сильно упрощает общение со студентами особенно в многочисленных группах. Каждый студент может найти те работы, по которым у него пропуски, найти в дайджесте, что группа сделала и каким было задание на конкретную дату.

Автор провёл анализ того, какие есть возможности у преподавателей для применения метода мониторинга успеваемости и посещаемости при помощи электронных таблиц или журналов. Проанализировав, можно выделить несколько сервисов которые нам доступны. Прежде всего для примера можно привести прекрасную возможность в вузе автора, при которой вузом было закуплено программное обеспечение Microsoft office 365, где таблицы называются Excel таблицы, и к ним имеют доступ все зарегистрированные пользователи сайта вуза: и преподаватели, и студенты вуза. В приведенном конкретном случае, угроза утечки персональных данных не стоит, поскольку ими обращаются на закрытой для посторонних платформе вуза.

Подобные же сервисы – таблицы есть у МТС Линк, Яндексa 360, в Mail облаке и в Google. Следовательно, большой проблемы с выбором удобной платформы для создания электронного журнала возникать не должно. Хотя, здесь стоит оговориться, что при создании и пользовании подобными электронными журналами приходится обращаться с персональными данными и желательно, чтобы они не утекли несанкционированно. Для этого необходимо разработать в вузах совместно с отделом информационных технологий для безопасного обращения с персональными данными. Кроме этого, необходима совместная работа с единичными деканатами вуза при создании подобного электронного журнала, в котором будет видна успеваемость студентов и преподавателю, и студентам, и сотрудникам деканата, то есть процедура оценки должна быть открытой, понятной, объективной для всех участников учебного процесса. Немаловажным аспектом данного метода является необходимость оснащения каждой аудитории компьютером и доступом к интернету для удобства работы преподавателей, что в некоторых реалиях до сих пор не доступно.

Подобная методика прекрасно входит в систему создания интерактивных электронных сред обучения наряду с электронным портфолио, ещё одним важным элементом

мониторинга и контроля и оценки языковой компетентности, о важности использования которого говорят многие исследователи, как инструменте повышения самостоятельности, мотивированности студентов [Тучкова, 2023, с. 295].

Следующим фактором положительного влияния применения электронного журнала на профессиональный рост всех участников данного метода организации учебного процесса является то, что навык пользования электронным журналом формирует информационную культуру. К примеру, из опыта автора первокурсникам иногда необходимо проводить мастер-класс по пользованию личным кабинетом, различными приложениями, доступными на сайте вуза, например, для создания документов, таблиц, презентаций и т.п. и способам обмена электронными файлами, в результате которого повышаются общекультурные, профессиональные и междисциплинарные компетенции.

Из всего вышеописанного опыта автора по применению онлайн таблиц с публичным доступом с функциями электронного журнала можно сделать вывод, что они являются практически удобным и функционально эффективным инструментом формирования у студентов информационной культуры, получения общекультурных, профессиональных и междисциплинарных компетенций. Благодаря этому методу происходит объективная оценка учебных достижений студента. Данный метод является важным элементом современного учебного процесса для создания интерактивных электронных сред обучения. Электронный журнал успеваемости является инструментом количественной оценки знаний, навыков, умений студента в парадигме цифровизации высшего образования. Поскольку процедура оценки должна быть открытой, понятной, объективной для всех участников процесса, то такой инструмент соответствует требуемым критериям. Регулярное оценивание успеваемости и его открытость позволяет обеспечить объективную картину успеваемости обучающихся. Практически, данный способ интерактивной работы со студентами экономит время, минимизирует трудозатраты, дает возможность непрерывно отслеживать персональную и групповую успеваемость и посещаемость, осуществлять текущий контроль успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации, что в свою очередь будет способствовать укреплению знаний по дисциплинам вуза.

Список литературы

1. Дежиц, Е. В. Методические аспекты электронного журнала в организации самостоятельной работы студентов университета / Е. В. Дежиц, Н. Е. Хильмончик // Вышэйшая школа: навукова-метадычны і публіцыстычны часопіс. – 2017. – № 4(120). – С. 35–38.
2. Куринин, И. Н. Электронный журнал учета учебных достижений студента / И. Н. Куринин, В. И. Нардюжев, И. В. Нардюжев // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Информатизация образования. – 2013. – № 4. – С. 79–89.
3. Петрашевская, Е. Г. Система мониторинга и контроля при обучении иностранному языку в неязыковом вузе // Научный вестник МГИИТ. – 2012. – № 2(16). – С. 103–111.
4. Темирова, Ч. Х. Внедрение систем «электронный журнал» и «электронный рейтинг» / Ч. Х. Темирова, Р. Х. Бейтуллаева, Х. А. Халикова // Педагогика высшей школы. – 2017. – № 2 (8). – С. 45–46.
5. Тучкова, И. Г. Особенности семестрового портфолио студента неязыкового вуза // Актуальные проблемы и современные технологии преподавания иностранных языков в неспециальных вузах : Сб. науч. стат. XVI Всерос. с междунар. участием науч.-практ. конф., Воронеж, 22–23 марта 2023 года. – М., 2023. – С. 294–297.
6. Черемисина, Е. Н. Стратегия системы дистанционного образования в условиях устойчивого развития общества XXI века / Е. Н. Черемисина, В. Н. Добрынин // Телекоммуникации и информатизация образования. – 2004. – № 1. – С. 14–16.

И.В. КОЖУХОВАЧелябинский государственный университет
(Челябинск, Россия)**КОММУНИКАТИВНЫЙ АУДИТ: НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ
И ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ НА ФАКУЛЬТЕТЕ****COMMUNICATIONS AUDIT: SOME ASPECTS
AND POSSIBILITIES OF APPLICATION IN THE FACULTY**Работа выполнена при содействии
Фонда поддержки научных инициатив
Челябинского государственного университета**Аннотация**

В работе предпринята попытка описания использования одного из видов деятельности организационной лингвистики – коммуникативного аудита. В ходе коммуникативного аудита происходит контроль и анализ вербально-визуальных материалов вуза на соответствие и следование определенным целью и задачами, а также миссией. Описывается возможность применения коммуникативного аудита в вузе и на факультетах. Приводится базовый обзор отечественной литературы, прямо или косвенно посвященный коммуникативному аудиту вуза. Отмечается, что к основным методам коммуникативного аудита относятся дискурс-анализ, контент-анализ, а также лингвокультурный анализ. Коммуникации образовательного учреждения транслируют его идеологию и фирменный стиль. Предметом коммуникативного аудита также могут быть профессиональная самопрезентация и особенности проведения лекционных занятий. Выдвигается предположение о том, что некоторые элементы коммуникативного аудита могут быть проведены в рамках научно-исследовательской работы студентов.

Abstract

The paper attempts to describe the use of one of the activities of organizational linguistics - communications audit. During the communications audit the verbal and visual materials of the university are monitored and analyzed for compliance and adherence to the defined goal and objectives, as well as the mission. The possibility of applying communications audit in higher education is described. A basic review of the Russian-language literature directly or indirectly devoted to the communications audit of higher education institution is given. It is noted that the main methods of communications audit include discourse analysis, content analysis, and linguocultural analysis. The communications of an educational institution broadcast its ideology and corporate identity. The subject of communicative audit can also be professional self-presentation and peculiarities of lecture classes. It is suggested that some elements of communicative audit can be carried out within the framework of students' research work.

Ключевые слова: коммуникативный аудит, идеология, фирменный стиль, университет, факультет, анализ вербально-визуального материала.

Keywords: communications audit, ideology, corporate identity, university, faculty, verbal and visual material analysis.

Имидж университета и его подразделений во многом зависит от позиционирования, от того, какие осознанные и неосознанные действия (в т.ч. речевые) предпринимаются для описания событий, внутренних и внешних коммуникаций. Имидж может форми-

роваться неосознанно – трансляция событий «по умолчанию», без соблюдения общих тенденций, принятых в данном университете, так и осознанно – с учетом миссии университета, позиционирования и требований рынка.

Для понимания успешности проведения заявленной политики возможно проведение коммуникативного аудита. Внешние вызовы, рейтинги, внутренние и внешние проверки требуют соблюдения формальных норм и требований, а вариативная часть может во многом влиять на восприятие вуза и факультета.

Вопросы коммуникативного аудита как формы контроля над деятельностью организации на основе вербально-визуального материала разрабатывались в трудах отечественных исследователей. Методика коммуникативного аудита организации описывается в работе Л.А. Шкатовой, где говорится о том, что коммуникативный аудит включает структурный анализ документооборота и форм языкового обмена [Шкатова, 2016]. Структурный анализ может проводиться с применением различных методик и приемов, которые определяет непосредственно аудитор. Коммуникативный аудит можно сравнить в какой-то степени с соответствием текста языковому регистру или жанру: учет лексических, синтаксических, стилистических особенностей, особенности использования визуального ряда и других компонентов, которые отвечают за стиль и жанр, а, следовательно и за «имидж» анализируемого подразделения.

Как показывает анализ публикаций, посвященный организационной лингвистике, данное направление не получило большого распространения в отечественном языкознании, однако исследование языковых особенностей организационной, корпоративной культуры носит довольно продуктивный характер. Рыночная экономика диктует свои правила, создание гомогенного образа компании, продвигающей свою миссию и достигающей целей, становится залогом успешной конкуренции. Коммуникативная культура вуза не является исключением. Даже на локальных и гиперлокальных уровнях следование определенным коммуникативным стандартам может стать важным условием при проведении коммуникативного аудита. Так, нами отстаивается позиция о том, что политика исправления ошибок в ходе учебного процесса может стать одним из предметов оценки в рамках коммуникативного аудита организации и ее структурных подразделений (институты, факультеты, кафедры) [Заболотнева, 2023].

Особый интерес представляет монография «Лингвокультура университета» [2016], в которой с разнообразных позиций представлены различные моменты, напрямую касающиеся вопросов коммуникативного аудита вуза: Л.А. Шкатовой описываются методы изучения языковой среды вуза [Шкатова, 2016], к основным можно отнести дискурс-анализ (анализ текстов, системы знаков, погруженных в институциональную среду), контент-анализ, непосредственно лингвистический анализ с применением ортологического подхода (т.е. соответствие анализируемых текстов и речи языковым нормам), а также лингвокультурный анализ. Автор описывает вуз в виде мультикультурной среды, в которой обучаются, работают, которую обслуживают представители разных полоролевых, возрастных и социальных групп. Всех представителей объединяет общая база – вуз [Шкатова, 2016]. В этой же монографии описывается коммуникативная модель корпоративной культуры вуза. Автор разделяет коммуникацию вуза на внешнюю и внутреннюю, а отношения уровня преподаватель-студент описываются как межкультурные [Там же]. А.А. Селютин предлагает, что именно коммуникация и коммуникации формируют идеологию (ценности, миссию, историю, мифы, традиции и ритуалы) и фирменный стиль (внешний вид, логотип, символика) [Селютин, 2016]. В этой же монографии Е. И. Голованова описывает результаты исследования самопрезентации преподавателя вуза в интернет-дискурсе: на материале электронного адреса преподавателя автор приходит к выводу, что электронный адрес преподавателя является отражением саморефлексии и

осмыслением ценностных ориентиров ученого. Самопрезентация авторов реализуется и описывается в двух сценариях: профессионально-деловая автопрезентация и личная, личностная самоподача [Голованова, 2016]. Важной составляющей корпоративной культуры вуза, которая может быть подвержена коммуникативному аудиту являются особенности проведения лекций, которые могут отражать не только личностные характеристики лектора и особенности преподаваемого курса, но и транслировать или влиять на репрезентацию вуза и факультета [Заболотнева, 2007].

Описываемые выше аспекты элементов коммуникативного аудита образовательной организации и своеобразие позиционирования образовательной организации могут быть успешно применены и расширены для проведения коммуникативного аудита факультета. Элементы коммуникативного аудита факультета могут быть выполнены в качестве совместного исследования преподавателей и студентов по изучению микрокультуры факультета и более глубокому пониманию особенностей внешней и внутренней коммуникации факультета, отличительных черт самоидентификации факультета и его представителей.

Список литературы

1. Голованова, Е. И. Самопрезентация преподавателя вуза в интернет-дискурсе // Лингвокультура университета: Коллективная монография / Под редакцией С.А. Питиной. – Челябинск : Энциклопедия, 2016. – С. 206–212.
2. Заболотнева, О. Л. Исправление ошибок и шейминг: один из аспектов коммуникативного аудита // Лингвистика и образование. – 2023. – Т. 3, № 2(10). – С. 74–82. – DOI 10.29039/2712-9519-2023-2-74-82.
3. Заболотнева, О. Л. Лекция как составляющая современного коммуникативного пространства вуза // Вестник Челябинского государственного университета. – 2007. – № 1. – С. 39–43.
4. Селютин, А. А. Коммуникативная модель корпоративной культуры вуза // Лингвокультура университета : Коллективная монография / Под редакцией С.А. Питиной. – Челябинск : Энциклопедия», 2016. – С. 16–28.
5. Шкатова, Л. А. Методика коммуникативного аудита организации // Челябинский гуманитарий. – 2016. – № 2(35). – С. 40–45.
6. Шкатова, Л. А. Методы изучения языковой среды вуза // Лингвокультура университета : Коллективная монография / Под редакцией С.А. Питиной. – Челябинск : Энциклопедия, 2016. – С. 72–79.
7. Шкатова, Л. А. Состояние языковой среды российского университета // Лингвокультура университета : Коллективная монография / Под редакцией С. А. Питиной. – Челябинск : Энциклопедия, 2016. – С. 79–84.

М. А. КРАВЧЕНКОРостовский государственный университет путей сообщения
(Ростов-на-Дону, Россия)**МЕТАЯЗЫКОВОЕ МАРКИРОВАНИЕ ПРАГМАТИЧЕСКИХ СТРАТЕГИЙ
ЭВФЕМИЗАЦИИ / ДИСФЕМИЗАЦИИ В ДИСКУРСЕ****METALINGUAL MARKING OF PRAGMATIC STRATEGIES EUPHEMISATION /
DISPHEMISATION IN DISCOURSE****Аннотация**

В данной работе предметом изучения выступают метаязыковые маркеры, актуализирующие контексты употребления эвфемизмов и дисфемизмов в дискурсе. В процессе исследования было установлено, что употребление эвфемизмов и дисфемизмов в дискурсе сопровождается активной метаязыковой рефлексией. Ее результатом является создание метаязыковой рамки, которая маркирует процессы эвфемизации и дисфемизации. Вариативность метаязыковой рамки объясняется коммуникативно-прагматической направленностью стратегий, реализуемых в ходе эвфемизации / дисфемизации.

Анализ примеров, отобранных методом направленной выборки из текстов художественных произведений современных русских писателей, а также Национального корпуса русского языка (основного и газетного подкорпусов), показал, что метаязыковое маркирование эвфемизации протекает в русле стратегий предупреждения, смягчения и поиска. Метаязыковая рамка дисфемизации определяется стратегиями предупреждения, брутализации, получения разрешения, преодоления, вежливости и упрощения.

Abstract

In this paper, the subject of study is metalinguistic markers that actualize the contexts of using euphemisms and dysphemisms in discourse. In the course of the study, it was established that the use of euphemisms and dysphemisms in discourse is accompanied by active metalinguistic reflection. Its result is the creation of a metalinguistic framework that marks the processes of euphemization and dysphemization. The variability of the metalinguistic framework is explained by the communicative-pragmatic focus of the strategies implemented in the course of euphemization / dysphemization.

The analysis of examples selected by the method of directed sampling from the texts of fiction by modern Russian writers, as well as the National Corpus of the Russian Language (the main and newspaper subcorpora), showed that metalinguistic marking of euphemization occurs in line with the strategies of prevention, mitigation and search. The metalinguistic framework of dysphemization is defined by strategies of prevention, brutalization, permission seeking, overcoming, politeness, and simplification.

Ключевые слова: *Эвфемизм, дисфемизм, метаязыковая рефлексия, метаязыковая рамка, метаоператор, прагматическая стратегия.*

Keywords: *Euphemism, dysphemism, metalinguistic reflection, metalinguistic frame, metaoperator, pragmatic strategy.*

Явления эвфемии и дисфемии представляют собой яркий пример того, как социальные и культурные процессы отражаются в языке и речи. Сущность эвфемизмов и дисфемизмов не исчерпывается принадлежностью к лексической подсистеме языка. Они несут на себе отпечаток своего происхождения – своеобразного социокультурного акта, воплощенного в языковой материи. Механизмы эвфемизации / дисфемизации уходят корнями

в представления о фидеистической (магической) функции языка, которые основывались на вере людей в созидательную / разрушительную энергию слова-знака.

Изначально появление в речи эвфемизмов, под которыми в современной лингвистике принято понимать слова-субституты, замещающие в силу определенных причин другие знаки, знаменует реакцию на действие социокультурного феномена табу. Через эвфемизм говорящий обходит запрет, накладываемый на произнесения слова, смягчает высказывание, сохраняя при этом его предметно-понятийную ясность. Эвфемизмам функционально противопоставляются дисфемизмы. Последние, неся в себе «семантический заряд» грубости, низкого стиля призваны заместить эмоционально и стилистически нейтральные слова. Происхождение дисфемизмов также лежит в области суеверий, широко распространенных в архаичных формах общественного сознания (в частности, в дисфемизмах наши предки видели надежный инструмент борьбы со злом).

В современной дискурсивной практике причины употребления эвфемизмов и дисфемизмов претерпели значительные изменения. Использование эвфемизмов для смягчения иллокутивной силы высказывания, а дисфемизмов для увеличения экспрессивности речи, как правило, уже связано не с проявлениями магической функции языка, а с реализацией продуцентом различных коммуникативно-прагматических стратегий в дискурсе (вместе с тем, следует отметить, что фидеистическое происхождение процессов эвфемизации / дисфемизации по сей день продолжает ощущаться носителями языка).

Изучение эвфемизмов в лингвистике имеет глубокие традиции. Целый ряд крупнейших ученых XIX-XX вв. (Г. Пауль, Ж. Вандриес, А. Мейе и др.) внесли вклад в исследование данной проблематики. В своей фундаментальной работе «Общая лингвистика» выдающийся французский лингвист XX века Э. Бенвенист посвятил эвфемии специальный очерк, в котором представил феномен в исторической ретроспективе [Бенвенист, 1974]. В отечественном языкознании явления эвфемии и дисфемии получили широкое освещение в русле социолингвистического, лексико-семантического и психолингвистического направлений [Крысин, 1996; Москвин, 2007; Бойко, 2018]. В целом, рассматриваемые явления стоит отнести к числу наиболее изученных в лингвистике, о чем свидетельствуют специальные научно-аналитические обзоры, в которых подробно и в исторической динамике представлены результаты исследований в данной области [Никитина, 2009; Зверева, 2017].

В настоящей статье мы не ставим перед собой задачу углубления или расширения знаний об эвфемизмах и дисфемизмах как таковых. Они нас интересуют как объекты рефлексии обыденного метаязыкового сознания. Тем самым фокус исследования переносится с проблематики явлений эвфемии / дисфемии в область функционирования конструкций естественного метаязыка. Предметом нашего изучения выступают метаязыковые маркеры, актуализирующие контексты употребления эвфемизмов и дисфемизмов в дискурсе. Цель работы заключается в установлении и описании способов метаязыкового маркирования коммуникативно-прагматических стратегий эвфемизации и дисфемизации.

Актуальность проведенного исследования определяется, с одной стороны, направленностью действующей антропоцентрической парадигмы на поиск преломления в языке культурогенных процессов, с которыми, безусловно, связаны феномены эвфемии и дисфемии. С другой стороны, она объясняется повышенной рефлексивностью современной коммуникации, приводящей к неуклонному росту метаязыковых контекстов в дискурсе.

Материалом для исследования послужили примеры конструкций, формирующих метаязыковую рамку, с помощью которой продуцент сигнализирует реципиенту об употреблении эвфемизмов или дисфемизмов. Указанные примеры (объемом более семисот единиц) собирались методом направленной выборки из текстов художественных произведений современных русских писателей. Одновременно с использованием собственной коллекции примеров широко привлекались данные Национального корпуса русского

языка (основного и газетного подкорпусов), обеспечившие пополнение эмпирической базы почти на девятьсот единиц. В статье, ввиду ограниченности её объема, приводимый иллюстративный материал будет снабжаться краткими ссылками: на автора и литературное произведение (в случаях обращения к собственной коллекции) или на Национальный корпус в форме общепризнанного сокращения – НКРЯ с дополнительной пометкой о подкорпусе: ОПК (основной подкорпус) или ГПК (газетный подкорпус).

Следует отметить, что ранее лингвистами было установлено, что употребление эвфемизмов или дисфемизмов в речи, как правило, сопровождается активной метаязыковой рефлексией говорящего [Прядильникова, 2007; Гурина, 2011; Шилихина, 2015; Саакян, Труханова, 2019]. Данный факт объясняется тем, что рассматриваемые процессы «усложняют дескрипцию, требуют от говорящего / слушающего дополнительных когнитивных процедур по их дешифровке» [Гурина, 2011, с. 106]. Создаваемая продуцентом метаязыковая рамка играет роль актуализатора эвфемистической (дисфемистической) замены слов. Наличие метаязыковой рамки говорит о том, что говорящий считает эвфемизацию / дисфемизацию важным коммуникативным шагом, о чем считает необходимым уведомить собеседника. Ниже мы последовательно изучим метаязыковые маркеры, свидетельствующие о реализации продуцентом прагматических стратегий эвфемизации и дисфемизации.

Начнем с рассмотрения метаязыковых рамок, оформляющих эвфемистические замены. Анализ эмпирического материала показал, что в высказываниях используется два типа метаязыковых рамок. Они различаются степенью эксплицитности передачи информации об употреблении эвфемизма. Исчерпывающая ясность сообщения достигается посредством использования метаязыкового комментария, содержащего сам лингвистический термин «эвфемизм». Подобные случаи маркирования указывают на глубину рефлексии, которая протекала на стыке обыденного и научного уровней метаязыкового сознания: Однако слова этого – «протез» - не выносил, не произносил, обходился эвфемизмом, *в котором сквозило даже некоторое почтение: страшное мертвое приспособление носило гордое имя «руки»* (Д. Рубина «Синдром Петрушки»); « *Не справился с подпечным* » — *очень мягкий эвфемизм: эту встречу Черевченко провалил* (НКРЯ, ОПК).

Однако гораздо чаще метаязыковая рамка формируется с помощью разного рода вводных конструкций, выполняющих функции метаоператоров. Употребляя их, говорящий сигнализирует о необходимости дополнительного осмысления контекста, тем самым наводя реципиента на мысль об имеющей место эвфемистической замене. В дискурсе реализуются разные коммуникативно-прагматические стратегии эвфемизации, в которых отражаются многочисленные нюансы смысла. Несмотря на трудности, связанные с их типологизацией, в эмпирическом массиве выделяются минимум три разновидности стратегий. Смысловая направленность прагматической стратегии устанавливается в зависимости от избранного метаоператора, участвующего в маркировании эвфемизации, а также с учетом когнитивно-прагматических параметров контекста.

Условно первую из них мы назовем стратегией предупреждения. Ее особенность заключается в том, что при помощи метаязыковых средств (с этой целью используются, например, метаоператоры так сказать, скажем так) говорящий обращает внимание собеседника на отдельные элементы кода, «предупреждает» его о нетривиальном выборе номинации в сообщении. Это предупреждение должно обеспечить необходимую почву для разгадки эвфемистической замены: И вот в том месте дуэта, где вступает Миловзор: « *Я здесь, но скучен, томен, смотри, как похудал...* », *я решила обыграть контрастность наших фигур: Виктория худенькая, тоненькая, как тростиночка, а я, скажем так, несколько другой комплекции* (НКРЯ, ОПК); Ненависть к Галине Леонидовне достигла такой острой формы, что Андрей Николаевич возжелал ее, мстительно представив себе ненавистную тварь в, так сказать, непарламентской позе бегуньей на старте (НКРЯ, ОПК).

Следующая прагматическая стратегия будет обозначена нами как стратегия смягчения. Реализуя её, продуцент не просто привлекает внимание реципиента к факту использования вторичной номинации, он подчеркивает намеренность выбора более мягкого слова для обозначения некоторой ситуации. Тем самым, по сравнению со стратегией предупреждения, контуры эвфемизации в сообщении проступают гораздо рельефнее. В качестве метаоператоров выступают вводные обороты мягко говоря, деликатно сказать и др.: Прибился не к регулярной части – у вэсэушников любые журналисты вызывали, мягко говоря, неприязнь ... (Р. Сенчин «Петля»); Да и при длинноногих седоках на передних сиденьях пространство для задних пассажиров получается, мягко говоря, ограниченным (НКРЯ, ОПК).

Наконец, третья разновидность коммуникативно-прагматической стратегии эвфемизации определяется нами как стратегия поиска. Её смысловая направленность носит синкретичный характер. Она сочетает в себе маркирование эвфемизации и хезитации. Акцент переносится на факт поиска знака, которым можно заменить неприемлемое, по мнению автора, в данном контексте слово. Метаязыковая рамка, образованная соответствующими метаоператорами, отражает колебания говорящего (реальные или мнимые) по поводу выбора слова-субститута: Дело обычное: сколько звезд вышло из секретарш и экономок посредством, *как бы это выразиться, личного обаяния* (М. Веллер «Миледи Хася»); События произошли буквально через несколько дней после известного заявления министра обороны Д. Язова, в котором фактически санкционировалось применение военными оружием для защиты себя, своих семей от нападений – не потенциального противника, как бы сказать поделикатнее – недружелюбной части местного населения ... (Р. Сенчин «Дождь в Париже»).

Перейдем к рассмотрению прагматических стратегий дисфемизации. Необходимо заметить, что применительно к дисфемизации нам не удалось обнаружить примеров эксплицитной метаязыковой рамки ни в привлекаемых нами источниках из числа текстов современной русской литературы, ни в обширных материалах Национального корпуса русского языка. Исходя из этого факта, мы приходим к заключению о том, что, в отличие от термина эвфемизм, находящегося близко к границе между специализированным (научным) и неспециализированным (обыденным) метаязыком и готового пополнить состав металексикона, термин дисфемизм имеет на данный момент сугубо научную область применения.

Вместе с тем с целью метаязыкового маркирования процесса дисфемизации в дискурсе широко используются возможности метаоператоров, роль которых на себя, в основном, принимают вводные конструкции. При этом прагматические стратегии дисфемизации отличаются большим разнообразием по сравнению со стратегиями эвфемизации. Их описание мы начнем со стратегии предупреждения, которая как в содержательном, так и в структурном плане близка одноименной стратегии, реализуемой при маркировании эвфемизации. Её функция заключается в привлечении внимания к зоне метаязыкового напряжения. Продуцент, понимая, что выбранная им номинация несет негативную смысловую нагрузку, нарушает нейтральное течение коммуникации и может вызвать дискомфорт у реципиента, предупреждает последнего о появлении дисфемизма в речевой цепи: *«Это очень опасная дорога, на которую выходит немецкая общественность: невозбуждение уголовного дела против этого журналиста будет молчаливым согласием политического руководства Германии и журналистского сообщества с позицией этого, скажем так, подлеца...»* заявил депутат РИА Новости (НКРЯ, ГПК); – *Ну что, Вика, так сказать, обосрала Панкову?* (НКРЯ, ГПК).

Идея предупреждения реципиента о речевых проявлениях грубости развивается и углубляется в прагматической стратегии брутализации. Вкладывая предупреждение в

метаязыковую рамку, говорящий усиливает его тем, что прямо указывает на употребление грубого слова или выражения. С этой целью используется метаоператор грубо говоря или его смысловые эквиваленты: Вообще интересно, ведь на квантовом уровне, грубо говоря, голова не отличается от жопы ... (НКРЯ, ОПК); Эти предприятия культурно-бытового обслуживания, грубо говоря, тащатся за хвостом у государства (НКРЯ, ОПК).

Маркирование дисфемизации может принимать форму условного обращения с просьбой о разрешении употребления грубого элемента кода, элемента кода со сниженной стилистической окраской. Поэтому такого рода случаи мы относим к реализации стратегии получения разрешения. Метамаркерами этой стратегии выступают выражения с позволения сказать, позвольте выразиться и др.: Вот и приходилось, с позволения сказать, шарашить (НКРЯ, ОПК); Потому что все эти, с позволения сказать, «приколы» продолжают и сейчас (НКРЯ, ГПК).

Следующая прагматическая стратегия определяется нами как стратегия преодоления. Она воплощается в контекстах, когда употреблению дисфемизма предшествуют сомнения говорящего (реальные или мнимые), осознающего негативный эффект и возможные отрицательные последствия от произнесения такого знака. Говорящий совершает непростой внутренний выбор, преодолевает собственные сомнения и решается на использование дисфемизма. Традиционным маркером преодоления коммуникативного затруднения является устойчивое словосочетание не побоюсь этого слова (этого выражения): Просто сердце кровью обливается, когда вспоминаешь о таком, не побоюсь этого слова, беспределе! (НКРЯ, ОПК); Еще более удивляет и, не побоюсь этого выражения, отталкивает, ужасает то обстоятельство, что для своего выпада против академика автор статьи вынужден был скрыться под псевдонимом... (НКРЯ, ОПК).

Отдельно следует рассматривать метаязыковые контексты, в которых говорящий решается на использование дисфемизма, но считает необходимым попросить за это прощения у собеседника. В указанных контекстах реализуется стратегия вежливости. Продуцент, желая искупить вину за грубое слово, задействует разного рода формулы вежливости: Это, говорит, товарищи учителя, не школа, а, простите, бардак! (М. Веллер «Лаокоон»); И тут влезает одна, извините за слово, задница, которая думает, что это то, что мир должен видеть из Украины (НКРЯ, ГПК). В ходе анализа эмпирической базы нами было установлено, что в отличие от других стратегий эвфемизации и дисфемизации именно в отношении стратегии вежливости проявляется тенденция к её реализации в двух структурных вариантах: препозитивном и постпозитивном. Выше нами были представлены примеры препозитивного варианта, в котором формулы вежливости предшествуют появлению дисфемизма в речевой цепи. Однако в дискурсе распространены также обратные примеры, когда говорящий начинает заботиться о «сохранении лица» *post factum*, вспоминая о максиме вежливости после употребления грубого слова: - *Это ... это беспредел самый настоящий ... извините за слово* (Р. Сенчин «Функции»); Во-вторых, опять же, в море бывает качка, в качку тянет блевать; пардон (М. Веллер «Океан»). Считаем, что наличие двух структурных вариантов реализации прагматической стратегии вежливости объясняется различиями в точке отсчета протекания метаязыковой рефлексии. Для препозитивного варианта характерно то, что активная фаза рефлексии завершилась до употребления знака, автор всецело осмыслил возможные последствия употребления дисфемизма. Для образования постпозитивного варианта существенным оказывается то, что собственно речевая деятельность говорящего и метарефлексивные процедуры разворачиваются параллельно. Продуцент не успевает создать метаязыковую рамку, маркирующую процесс дисфемизации, и начинает исправлять ситуацию, употребляя формулы вежливости вдогонку.

Завершает наше описание прагматических стратегий дисфемизации стратегия упрощения. Её содержательным центром выступает отправляемый продуцентом сигнал о сознательном понижении лексического регистра, в результате чего в речи стилистически нейтральные слова заменяются на знаки с высокой экспрессивной нагрузкой, в том числе на элементы просторечья. Тем самым в сознании говорящего речь «упрощается»: «А проще говоря, вранье и ложь», - сказал Куприянов (цитата по ТАСС) (НКРЯ, ГПК); Согласно описанию в соцсетях Волховского района, возле местного ДК, где находятся избирательные участки, «раскинулись торговые ряды, попросту говоря, «барахолка» с чемоданами, магнитофонами, афишами, стильными вещами тех лет» (НКРЯ, ГПК).

Подводя итоги проведенного исследования, отметим, что употребление эвфемизмов и дисфемизмов в дискурсе сопровождается активной метаязыковой рефлексией. Ее результатом является создание метаязыковой рамки, которая маркирует процессы эвфемизации и дисфемизации. Вариативность метаязыковой рамки объясняется коммуникативно-прагматической направленностью стратегий, реализуемых в ходе эвфемизации / дисфемизации. В процессе исследования было установлено, что метаязыковое маркирование эвфемизации протекает в русле стратегий предупреждения, смягчения и поиска. Метаязыковая рамка дисфемизации определяется стратегиями предупреждения, брутализации, получения разрешения, преодоления, вежливости и упрощения.

Список литературы

1. Бенвенист, Э. Общая лингвистика. – М.: Прогресс, 1974. – 447 с.
2. Бойко, Б. Л. Эвфемизмы и дисфемизмы как способы преодоления табу (на материале художественных и мемуарных текстов о Великой Отечественной войне 1941-1945 гг.) // Вопросы психолингвистики. – 2018 – №2 (36). – С. 19–27.
3. Гурина, Н. М. Метаязыковая рамка актуализации эвфемизмов в языке современной публицистики // Русский язык: система и функционирование: сб. материалов V Международной научной конференции. – Минск: БГУ. – 2011. – С. 106–109.
4. Зверева, М. И. История изучения эвфемизмов в отечественной и зарубежной лингвистике // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота. – 2017 №12 (78). В 4-х частях. – Ч. 4. – С. 86–90.
5. Крысин, Л. П. Эвфемизмы в современной русской речи // Русский язык конца XX столетия. – М.: Языки русской культуры, 1996. – С. 384–407.
6. Москвин, В. П. Эвфемизмы в лексической системе современного русского языка. – М.: ЛЕНАНД, 2007. – 260 с.
7. Никитина, И. Н. Эвфемия в зарубежной и отечественной лингвистике: история вопроса и перспективы исследования // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2009 – №1. – С. 49–64.
8. Саакян, Л. Н. Метарефлексив в функции коммуникативного смягчения / Л. Н. Саакян, Д. С. Труханова // Международный аспирантский вестник. Русский язык за рубежом, 2019 №2. – С. 51–58.
9. Прядильникова, Н. В. Метаязыковые рефлексивы как актуализаторы эвфемистической замены в газетно-публицистической речи // Язык и культура в России: состояние и эволюционные процессы: материалы международной научной конференции. – Самара: СГУ, 2007. – С. 107–109.
10. Шилихина, К. М. Каких слов мы не боимся? Метакоммуникативные комментарии «не побоюсь этого слова» и «dare I say it» // Вестник ВГУ. Серия Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2015. – №2. – С. 75–79.

С. И. МАДЖАЕВААстраханский государственный медицинский университет,
(Астрахань, Россия)**ЯЗЫКОВАЯ СРЕДА МЕДИЦИНСКОГО ВУЗА****THE LANGUAGE OF THE MEDICAL UNIVERSITY****Аннотация**

Статья посвящена языковой среде в медицинском вузе. Выявлено, что языковая среда медицинского вуза – многослойное, структурированное пространство, которое включает как специальные лексические единицы, так и общеупотребительную лексику. Медицинский вуз как организация представляет собой сложное, иерархическое пространство. Определено, что будущие студенты должны не только уметь оперировать специальными медицинскими терминами, но и уметь общаться с коллегами и пациентами. Особенностью медицинского вуза является обучение специальной лексике, поскольку знание значения термина является потенциалом для создания языковой среды; кроме того, медицинский термин выступает регулятором процесса общения, как научного, так и практического. Языковая среда медицинского вуза актуализирована общеупотребительной, общемедицинской, специальной медицинской лексикой, базирующейся на профессиональных знаниях и умениях в конкретной предметной области медицины.

Abstract

The article deals with the language in a medical university. It is revealed that the language of a medical university is a multi-layered, structured space that includes both special terms and common vocabulary. A medical university as an organization is a complex, hierarchical space. It is determined that future students should not only be able to operate with special medical terms, but also be able to communicate with both colleagues and patients. A special feature of the medical university is the teaching of special vocabulary, since knowledge of the meaning of the term is the potential for creating a linguistic environment; in addition, the medical term acts as a regulator of the communication process, both scientific and practical. The language environment of the medical university is updated with commonly used, general medical, special medical vocabulary based on professional knowledge and skills in a specific subject area of medicine.

Ключевые слова: медицинский вуз, организация, организационная лингвистика, медицинский термин, языковая среда, текст.

Keywords: organization, organizational linguistics, medical university, medical term, language, text.

Данная статья – дань глубокого уважения известному лингвисту, терминологу, на работах которой многие из нас учились писать статьи, монографии, диссертационные исследования. Людмила Александровна Шкатова стимулировала на исследование русского языка, лексикологии, терминологии, организационной лингвистики.

Ее работы по новому научному направлению – организационной лингвистике – вызывают большой интерес, так как в настоящее время недооценена роль языка в функционировании организации. Л.А. Шкатова и Е.В. Харченко определяют организацию как способ социальной интеграции работников, которых объединяет целесообразное речевое поведение для достижения общей цели и наличие иерархизированной структуры коммуникаций [Харченко, Шкатова, 2009, с. 91]. Языковая среда организации является духов-

ным пространством, в котором протекает речевая деятельность говорящих [Харченко, 2012, с. 235], качество языковой среды – это степень пригодности языковых средств, ее заполняющих, для обеспечения определенного уровня взаимопонимания членов социума [Шкатова, 2020, с. 57].

Нас также заинтересовала проблема речевой среды организации. Рассмотрим ее на примере языковой среды медицинского вуза.

Медицинский вуз, как организация, представляет собой сложное иерархическое пространство. Особенностью медицинского вуза является обучение специальной лексике: студенты узнают, анализируют тысячи медицинских терминов, заполняют дневники практик, знакомятся с медицинскими документами, содержащими сложные по своей структуре и значимости медицинские термины [Маджаева, 2011, с. 24]. Языковая среда медицинского вуза включает множество аспектов, которые способствуют формированию профессиональной коммуникации и подготовке будущих врачей, поскольку владение профессиональным языком является характеристикой языковой личности специалиста. Речь врача всегда отличалась от речи других профессионалов, она является свидетельством его компетентности и опыта. Специалист-медик должен уметь правильно говорить, в соответствии с определенной ситуацией [Хорошая речь, 2001]. Безусловно, на речь врача влияют изменения в обществе: развитие науки, технологий, появление новых областей медицины, а также «наличие внутривидовых языковых процессов, востребованность «человека говорящего», усиление личностного начала речи и социальная обусловленность качества языковой среды; появление новых средств трансляции речи, расширение заимствований и новые качества виртуального общения [Лингвокультура университета, 2016].

Для того чтобы медицинский вуз развивался успешно, необходима выработка соответствующей системы коммуникаций и языка, позволяющего адекватно описывать состояние пациента, умение поставить диагноз, провести профилактические мероприятия, описать симптомы, назначить лечение.

В настоящей статье анализируется языковая среда медицинского вуза, выступающая пространством, в котором протекает речевая деятельность говорящих: обучаемых и обучающихся, администрации, врачей, среднего медицинского персонала.

Языковая среда реализуется через дискурс. Это обусловлено следующим: «Diskurse entscheiden als Paradigmen kommunikativen Handelns, innerhalb derer konkrete Texte, aber auch Textsorten entstehen, über Sinn, Wahrheit, Richtigkeit oder Wert von Äußerungsformen und Inhalten, was wiederum bedeutet, dass ein und dieselbe Äußerung in unterschiedlichen Diskursen Sinn hat oder unsinnig sein kann» [Küsse 2003, с. 67]. [Дискурсы определяют смысл, истинность, правильность или ценность форм и содержания высказывания как парадигмы коммуникативного действия, в рамках которых создаются конкретные тексты, а также разновидности текста, что, в свою очередь, означает, что одно и то же высказывание в разных дискурсах имеет смысл или может быть бессмысленным].

Медицинский дискурс – вербализованная речемыслительная деятельность врача, являющаяся отражением его психологической и профессиональной характеристики, что, несомненно, находит отражение в его лексической составляющей. Языковая среда врача представлена общеупотребительной, общемедицинской, специальной медицинской лексикой, базирующейся на профессиональных знаниях и умениях в конкретной предметной области медицины [Маджаева, 2012, с. 148].

Языковая среда медицинского вуза отличается спецификой общения, его целями (необходимость социализировать первокурсников к будущей профессии, обучение новым дисциплинам); наличием институциональных символов, текстов, содержащих знаки и символы будущей профессии (зачетная книжка, дневник производственной практики,

атласы по анатомии, работа в лабораториях, прохождение практики в больницах). В связи с этим основными функциями дискурса медицинского вуза являются информативная, ориентирующая, контролирующая, прагматическая. Медицинский дискурс строится на текстах, которые, вслед за Л.А. Шкатовой, мы разделяем на организационные и корпоративные.

К организационным текстам относим документы федерального значения и документы, создаваемые непосредственно в вузе. Совокупность данных текстов способствует взаимодействию вузовских структур, оптимизации коммуникаций, реализации управленческих функций руководящего состава вуза, упорядочению его работы, что проявляется в документационном обеспечении образовательного учреждения [Лингвокультура университета, 2016, с. 69]. Особо отметим дневник производственной практики, адресатами которого являются руководитель практики и студент. Дневник производственной практики актуализирует медицинские термины и указывает на расширение объема профессиональных знаний и специальной терминологии, отражает процесс становления специалиста, формирования его профессиональной компетенции [Маджаева, 2022, с. 59].

Корпоративные тексты вуза, предназначенные обучаемым, формируются на основе комплекса принципов, методов, организационных форм и технологических приемов управления образовательным процессом в сфере медицины. Основными корпоративными текстами в медицинском вузе являются материалы учебно-методического комплекса, способствующие эффективному освоению студентами-медиками учебного материала.

Рассмотрим корпоративные тексты по дисциплине «Медицинская терминология». Данная дисциплина включает тексты, формирующие специальные знания по предметным областям медицины (анатомия, гистология, патология и др.). В рамках дисциплины преподаватель формирует профессиональные и общекультурные компетенции. В процессе обучения студенты овладевают специальными терминологическими единицами, грамматическими конструкциями научной речи. Тексты, представленные на занятиях, способствуют развитию способности понимать основную информацию профессионального (медицинского) характера, умения составлять монологическое высказывание с использованием медицинских терминов. профессионального речевого поведения в условиях клинической практики, вести беседу с пациентами и коллегами. Обучающийся знакомится с понятиями через специальный текст, который систематизирует знания обучаемого. Посредством текста студент получает информацию о специальном значении суффиксально-префиксальных элементов. Например, «Внелегочными осложнениями являются: септический шок, менингит, миокардит ...». Студентам известно, что суффикс -ит имеет значение воспаление, следовательно, миокардит – воспаление сердечной мышцы, а менингит – воспаление головной оболочки головного мозга. Термин репрезентирует субъективированное знание, в котором зафиксирована определенная медицинская информация.

Языковая среда в медицинском вузе динамична, модифицируется из года в год. На первом курсе студенты только знакомятся с азами науки, на шестом их речь демонстрирует уровень будущего специалиста-медика. Поэтому языковая среда может быть разделена на два этапа формирования профессиональной речи и репрезентирована следующими понятиями:

1) доклиническое образование, которое отражает совокупность наиболее наглядных, внешних признаков будущей профессии. Изучая анатомию, студенты-первокурсники знакомятся со строением человеческого организма (сердце, сосуды, система, кровь, мышцы, остеология, краниология, вегетативные волокна, грудина, за грудина и т.д.), а гистология схематично представляет знания о науке (цитология, клетка, ткань, микро-копирование, формы организации живой материи, цитолемма и др.);

2) клиническое образование. Старшекурсники узнают наиболее существенные признаки медицинских понятий (цитолемма – элементарная биологическая мембрана, покрытая снаружи более или менее выраженным гликокаликсом). Разбирая тему, студенты получают новые знания, определяют понятие. Информация о сложной структуре термина цитолемма поможет будущему специалисту структурировать свои знания о строении человека, его функциях, заболеваниях, симптомах, лечении, построить правильно свою речь, коммуницировать с коллегами.

В процессе изучения медицинской терминологии студенты знакомятся с такими понятиями, как сравнение, потому что врач должен уметь проводить аналогии, наблюдая какое-либо явление, происходящее в организме. Например, жизненный узел – структуры в продолговатом мозге, регулирующие дыхание (в настоящее время используется термин дыхательный центр); минус ткань – дефект в поврежденных плотных средах, вызываемый пробивным эффектом пули. Сравнение – это когнитивный механизм, развивающий ум, его использованием достигается интерпретационный эффект [Бекишева, 2007, с. 93].

Знание семантики термина дает возможность специалисту-медику активно участвовать в формировании языковой среды, способствующей оптимизации коммуникативной деятельности медицинского вуза и успешному обучению будущих врачей, медицинский термин является также основным инструментом доступа к образам сознания специалистов-медиков, отражающим специфику определенной области медицины.

Вслед за Л.А. Шкатовой и ее учениками нам предстоит изучить медицинский вуз как языковую организацию для повышения эффективности коммуникативного взаимодействия врач – пациент, помочь врачу регулировать деловое общение, расширяющее специальное медицинское знание. Благодаря трудам Людмилы Александровны развивается новое научное направление – организационная лингвистика, а значит, есть перспективы для изучения не только языковой среды медицинского вуза, но и личности врача, его самопрезентации в специальном интернет-дискурсе.

Список литературы

1. Бекишева, Е. В. Категориальные основы номинации болезней и проблем, связанных со здоровьем: монография. – Самара: Содружество; ГОУВПО «СамГМУ», 2007. – 250 с.
2. Голованова, Е. И. Языковая личность преподавателя вуза: грани интерпретации // Лингвокультура университета: коллективная монография / под. ред. С. А. Питиной. – Челябинск, 2020. – С. 111–142.
3. Лингвокультура университета: коллект. монография / Питина, С. А., Шкатова, Л. А., Голованова, Е. И. и др. – Челябинск: Энциклопедия, 2016. – 212 с.
4. Маджаева, С. И. Лингвистическая характеристика медицинского документа «История болезни» // Известия ВГПУ, 2011. – №2(56). – С. 24-27.
5. Маджаева, С. И. Медицинские терминосемы: становление, развитие, функционирование (на материале предметных областей медицины сахарный диабет и СПИД). – Астрахань: АГМА, 2012. – 277 с.
6. Маджаева, С. И. Дневник практики студента медицинского вуза: композиционные и структурные особенности / С. И. Маджаева, Л. В. Епанчина // Гуманитарные исследования. – 2022. – №3. – С.49–56.
7. Метафоры и терминологически устойчивые выражения в медицине: Словарь-справочник / Авт.-сост. А. П. Дьяченко. – Мн. : Новое знание, 2003. – 428 с.
8. Харченко, Е. В. Новое призвание филологов: лингвистика организации / Е. В. Харченко, Л. А. Шкатова // Вестник НГУ. Серия: История, филология. Т. 11. Выпуск 9. Филология. – 2012. – С. 235–240.

9. Харченко, Е. В. «Организация лингвистики» – миф или реальность? / Е. В. Харченко, Л. А. Шкатова // Вестник Челябинского гос. ун-та. – №17.(155). Филология. Искусствоведение. Вып. 32. – 2009. – С.90–94.

10. Шкатова, Л. А. Языковая среда университета // Лингвокультура университета: коллективная монография / под ред. С.А. Питиной. – Челябинск, 2020. – С. 57–84.

11. Хорошая речь: коллективная монография. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2001. – С. 27–28.

12. Kusse, H. Diskurs und metadiskurs als Lingvistische objekte. Theretische Anmerkungen zu den Begriffen // Массовая культура на рубеже XX–XXI веков: Человек и его дискурс: сб. науч. тр. / под ред. Ю.А. Сорокина, М.Р. Желтухиной. – М. «Азбуковник», 2003. – С. 66–80.

В. О. ХАЖАКЯН, В. В. МИХОНОВ, Л. И. ЕРЁМЕНСКАЯ
Ступинский филиал Московского авиационного института
(Ступино, Россия)

ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА КОРПОРАТИВНУЮ КУЛЬТУРУ И КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ РОССИЙСКОГО АВИАСТРОЕНИЯ

THE IMPACT OF GLOBALIZATION ON CORPORATE CULTURE AND COMMUNICATION STRATEGIES OF THE RUSSIAN AIRCRAFT INDUSTRY

Аннотация

В условиях глобализации российская авиастроительная отрасль сталкивается с вызовами адаптации корпоративной культуры и коммуникативных стратегий к международным стандартам. В статье анализируется воздействие глобализации на корпоративную культуру и коммуникативные стратегии в российской авиастроительной отрасли. Исследование подчеркивает, как глобальные тренды формируют новые подходы в управлении и общении внутри компаний, а также важность адаптации кадровой политики и инновационных методов мотивации для повышения конкурентоспособности. Особое внимание уделяется роли геймификации в мотивации персонала и необходимости развития культуры непрерывного обучения и инноваций. Авторы делают вывод о том, что изменения в корпоративной культуре и коммуникативных стратегиях могут улучшить производительность и укрепить рыночные позиции предприятий, а также способствовать успешной адаптации к глобальным изменениям.

Abstract

In the context of globalization trend, the Russian aviation industry is facing significant challenges in adapting its corporate culture and communication strategies to meet international standards. This article analyzes the impact of globalization on the corporate culture and communication practices of the aviation industry in Russia. The study highlights the influence of global trends on new approaches to management and internal communication within aviation companies, as well as the significance of adapting human resources policies and implementing innovative motivational methods to enhance competitiveness. Particular attention is given to the use of gamification for staff motivation and the development of a culture of continuous learning and innovation. Based on the findings, the authors conclude that adjustments in corporate culture

and communication approaches can enhance productivity and bolster the market position of aviation enterprises, while also facilitating successful adaptation to ongoing global changes.

Ключевые слова: авиация, корпоративная культура, коммуникация, мотивация, глобализация, стратегия.

Keywords: aviation, corporate culture, communication, motivation, globalization, strategy.

В современном мире глобализация оказывает глубокое влияние на все аспекты экономической деятельности, включая авиастроительную отрасль. Этот процесс приводит к значительным изменениям в корпоративной культуре и коммуникативных стратегиях компаний. Российские заводы авиастроения в процессе модернизации сталкиваются с необходимостью адаптации своих внутренних процессов к новым стандартам и требованиям.

Целью данного исследования является анализ влияния глобализации на корпоративную культуру и коммуникативные стратегии российского авиастроения. Мы рассмотрим, как глобальные тренды формируют новые подходы в управлении, общении и передаче знаний внутри компаний. Особое внимание будет уделено изучению того, как эти изменения способствуют повышению эффективности и конкурентоспособности на международной арене.

Глобализация является многоаспектным процессом, оказывающим влияние на экономические, социальные и культурные сферы жизни общества. В контексте экономической глобализации, особое внимание уделяется взаимодействию международных и национальных рынков, что приводит к интеграции бизнес-процессов и унификации стандартов управления и коммуникации.

Корпоративная культура представляет собой совокупность ценностей, убеждений, традиций и норм поведения, которые формируют уникальную среду внутри организации. Она играет ключевую роль в формировании внутренней и внешней стратегии компании, влияя на мотивацию сотрудников, стиль управления и общение с клиентами и партнерами. Обзор литературы по теме исследования.

Несмотря на то, что в настоящее время российская авиапромышленность во многом отрезана от мирового рынка, глобализация всё равно оказывает определённое влияние на ситуацию с кадрами. Так, пришедшие в корпоративную культуру ценности иностранных компаний, примеры стандартов управления и коммуникации, укрепились в сознании соискателей работы и успели проникнуть в форматы управления отечественными предприятиями, и нет поводов отказываться от мировых стандартов в условиях некоторой изоляции.

Кадровая политика Публичного акционерного общества «Объединенная авиастроительная корпорация» направлена на формирование и развитие инновационной и профессиональной команды единомышленников, способной обеспечить динамичное развитие корпорации. Принципиальной доктриной в области управления персоналом в ПАО «ОАК» является ее открытость и стремление к преобразованию как самой корпорации, так и всей отрасли в привлекательного работодателя. Основными стратегическими целями кадровой политики компании в этих условиях стали:

1. Разработка системы постоянного корпоративного образования, целью которой является развитие управленческих компетенций, повышение квалификации сотрудников и распространение корпоративных ценностей.

2. Организация сети специализированных образовательных учреждений, способных подготовить молодых профессионалов, отвечающих международным стандартам, для нужд Корпорации.

3. Внедрение системы карьерного роста и ротации персонала, что способствует последовательному профессиональному развитию сотрудников.

4. Модернизация системы заработной платы и стимулирования, а также внедрение механизма, связывающего вознаграждение с результатами работы.

5. Создание современной корпоративной культуры, служащей основой для привлекательности Корпорации в качестве работодателя, и разработка системы внутренних коммуникаций для распространения культурных стандартов [Объединенная авиастроительная корпорация, 2024].

Отечественные предприятия следуют и тренду на геймификацию труда. В ульяновском филиале компании «Ил» – «Авиастар» к концу 2021 года был внедрен проект «Реновация системы немонетарной мотивации персонала». Отличительной чертой системы стимулирования без использования денежных средств является интеграция элементов геймификации, которые строятся на системе заработка и использования бонусных очков. Эта игровая методика мотивации персонала ориентирована на индивидуальность: бонусы начисляются за личные успехи каждого сотрудника. В качестве виртуальной валюты были введены так называемые авиаквины. Сотрудники могут получать авиаквины за превышение установленных плановых показателей, высокую рабочую дисциплину, предложение улучшений, профессиональное саморазвитие — посещение курсов, тренингов, мастер-классов — а также за активное участие в корпоративных мероприятиях.

Вышеперечисленные инструменты кадровой политики идут в ногу со временем и являются актуальными в условиях нехватки кадров и обновления состава – предприятия объединенной авиастроительной корпорации становятся моложе, и для молодых сотрудников необходимы современные средства мотивации [Слюсарь, 2016].

Таким образом, исследование показало, что глобализация оказывает значительное влияние на корпоративную культуру и коммуникативные стратегии авиастроительных предприятий России, даже несмотря на кажущуюся локальность производства в данный момент. Новые форматы рабочих отношений требуют от компаний пересмотра традиционных подходов к управлению и коммуникации. Компании, активно внедряющие элементы глобальной корпоративной культуры, демонстрируют более высокую эффективность внутренней и внешней коммуникации. Это, в свою очередь, способствует улучшению общей производительности и укреплению позиций на рынке.

Изменения в корпоративной культуре должны идти в ногу с развитием коммуникативных стратегий. Необходимо уделять внимание не только вертикальной, но и горизонтальной коммуникации, что позволит ускорить процесс принятия решений и повысить гибкость предприятий.

Также для успешной адаптации к глобальным изменениям предприятиям необходимо развивать культуру непрерывного обучения и инноваций. Это поможет не только улучшить коммуникативные навыки сотрудников, но и обеспечить более эффективное управление знаниями.

На основе проведенного анализа можно сделать следующие предложения:

1. Разработка программ обучения для сотрудников, направленных на освоение международных коммуникативных стандартов и практик.

2. Внедрение инструментов цифровой коммуникации, которые облегчат сотрудничество с международными партнерами и упростят доступ к глобальным знаниям.

3. Организация межкультурных тренингов, чтобы сотрудники могли лучше понимать и учитывать культурные различия в процессе коммуникации.

4. Повышение уровня гибкости управления, что позволит быстрее реагировать на изменения в глобальной среде и эффективно внедрять инновации.

Эти меры помогут российским авиастроительным предприятиям не только адаптироваться к текущим условиям глобализации, но и занять более конкурентоспособные позиции на мировом рынке. Дальнейшие исследования могут быть направлены на изучение конкретных кейсов успешной адаптации корпоративной культуры и коммуникативных стратегий к глобальным трендам.

Список литературы

1. Кадровая политика // Объединенная авиастроительная корпорация (ОАК). – URL: <https://www.uacrussia.ru/ru/corporation/personnel-policy/> (дата обращения: 30.06.2024).
2. Слюсарь, Ю. Б. Предприятия ОАК молодеют // Третий съезд Союза авиапроизводителей, Жуковский, 2016 г. / Объединенная авиастроительная корпорация (ОАК). – URL: <https://uacrussia.ru/ru/press-center/news/predpriyatiya-oak-molodeyut> (дата обращения: 30.06.2024).

А. И. МЫСНИК

Пятигорский государственный университет
(Пятигорск, Россия)

КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ ИЗВИНЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ

THE COMMUNICATIVE STRATEGY OF APOLOGY IN MODERN ENGLISH-SPEAKING COMMUNICATION

Аннотация

В статье рассматривается феномен публичного извинения, ставшего неотъемлемой частью современного коммуникативного пространства. Анализируется эволюция бытования термина «извинение», а также разные точки зрения на природу извинения. Автор обращает внимание на то, что извинение представляет собой публичный речевой акт, направленный на «исправление» коммуникативной ситуации после нарушения социальных норм или оскорбления. Рассмотрены различные коммуникативные стратегии и речевые тактики, которые могут применяться в публичном извинении в современном английском языке, а также их комбинации для усиления коммуникативного эффекта при выражении более глубокого раскаяния. В статье рассматриваются классификации коммуникативных стратегий извинения, предложенных Э. Олштейном и А. Коэном, Дж. Мерфи и др. Автор предпринимает попытку дифференциации феноменов личного и публичного извинений.

Abstract

The article examines the phenomenon of public apology, which has become an integral part of the modern communication space. The evolution of the term “apology” is analyzed, as well as different points of view on the nature of the apology. The author draws attention to the fact that an apology is a public speech act aimed at “correcting” communicative situations after a violation of social norms or an insult. Various communication strategies and speech tactics that can be used in public apology in modern English, as well as their combinations to enhance the communicative effect when expressing deeper remorse, are considered. The article examines the classifications of communicative apology strategies proposed by E. Stein and A. Cohen, J.

Murphy and others. The author attempts to differentiate the phenomena of personal and public apologies.

Ключевые слова: извинение, публичные извинения, коммуникативные стратегии извинений.

Keywords: apology, public apology, communication strategies for apologies.

В современном коммуникативном пространстве публичные извинения стали повседневным явлением, их приносят представители практически всех социальных групп и профессий - от руководителей корпораций до знаменитостей и политических деятелей. В обществе, где новости распространяются с невероятной скоростью, а Интернет-контент может стать «вирусным» за считанные часы, многие известные личности вынуждены извиняться, когда что-то идет не так. Подобные извинения доступны для публичного «потребления» почти сразу после совершения неверного действия или проступка и публикуются в средствах массовой информации или в популярных социальных сетях (например, Twitter*, Facebook* и Instagram*).

Феномен извинения становился объектом исследования в самых различных областях науки – социологии, психологии, истории, лингвистике. Соответственно, сложилось множество различных точек зрения на то, что именно оно подразумевает.

Термин «извинение» происходит от греческого слова ἀπολογία (apologia), что означает устную и посменную защиту (англ. an oral or written defense) [Tavuchis N., 1991]. Как можно заметить, первоначальная концепция извинения не очень сложна: изначально извинения служили для предоставления защиты человека или дела, а не для того, чтобы выразить сожаление или загладить вину за свои действия.

В оксфордском словаре английского языка [Oxford English Dictionary] первые две дефиниции слова «apology» (рус. извинение) также определяют его как защиту и обоснование или объяснение. И только третье определение предлагает привычное для нас трактование:

An explanation offered to a person affected by one's action that no offence was intended, coupled with the expression of regret for any that may have been given; or, a frank acknowledgement of the offence with expression of regret for it, by way of reparation (рус. объяснение, данное человеку, пострадавшему от чьих-либо действий, о том, что намерения обидеть не было, в сочетании с выражением сожаления по поводу всего, что могло быть сделано; или откровенное признание вины с выражением сожаления по этому поводу в качестве возмещения ущерба).

Словарь Merriam-Webster [Merriam-Webster: America's Most Trusted Dictionary] также определяет извинения как «признание ошибки или грубости, сопровождаемое раскаянием» (англ. an admission of error or discourtesy accompanied by an expression of regret), что соответствует распространённому мнению о его сути. Существование такого многообразия определений указывает на тот факт, что пока не существует единого трактования данного феномена. Действительно, в наши дни извинением может быть признание ошибки, объяснения, которые могут сопровождаться или не сопровождаться раскаянием, это могут быть высказывания в защиту своих слов или поступков - все зависит от того, какова коммуникативная цель, поставленная адресантом.

В современном обществе принято приносить извинения, когда тот или иной поведенческий акт расценивается общественностью как нарушение социальных норм. В ситуации, когда один или несколько человек считают себя оскорбленными чьим-либо поведением, оскорбляющая сторона (виновник) должна извиниться. В ситуации межличностных извинений предполагается, что существует, по крайней мере, два участника комму-

никативной ситуации: тот, кто заслуживает извинений, и второй, от которого извинений ожидают. Извинения предполагают действия или высказывания, которые направлены на то, чтобы исправить сложившуюся ситуацию [Olshtain, B., Cohen, A. D., 1983].

В рамках публичных извинений, адресатов («получателей» извинений) может быть много, поскольку извинения приносятся публично, и всегда будут те, кто увидит/услышит данное извинение. Некоторые публичные извинения могут иметь двойственную целевую группу: извинения адресуются «частной» аудитории (например, в ходе заседания Парламента, Палаты общин и др.), но транслируются публично [Hargie, O., Stapleton, K., & Tourish, D., 2010]. Необходимость восстановить отношения с обиженной стороной и желание публично сохранить лицо могут привести к определенной напряженности, которая проявляется в применении различных коммуникативных стратегий.

Каждая коммуникативная стратегия может включать слова, фразы или предложения, которые соответствуют определённому семантическому критерию [Olshtain, B., Cohen, A. D., 1983]. Э. Олштейн и А. Коэн [Olshtain, B., Cohen, A. D., 1983] выявили пять основных коммуникативных стратегий, наиболее часто применяемые в рамках межличностной коммуникации. Каждая из этих стратегий может выступать в качестве минимального элемента для реализации конкретного речевого акта, в данном случае акта извинения. Однако также возможны комбинации этих стратегий. Более того, зачастую одновременно используются две-три из них, для усиления коммуникативного эффекта и выражения большего раскаяния [Olshtain, B., Cohen, A. D., 1983]. Эти стратегии могут реализовываться в речи с помощью прямых или косвенных высказываний.

Таким образом, согласно точке зрения Э. Олштейн и А. Коэн, когда участник коммуникации соглашается принести извинения, им могут быть использованы следующий коммуникативных стратегий:

1) Выражение извинений

Данная стратегия реализуется посредством трех речевых тактик:

- а) выражение сожаления (например: I'm sorry. – рус. Мне жаль);
- б) принесение извинений (например: I apologize. – рус. Я приношу извинения);
- в) просьба о прощении (например: Excuse me. – рус. Прошу прощения; Please forgive me. – рус. Пожалуйста, простите меня).

Каждый из этих актов несет в себе прямую иллокутивную силу, обязательным элементом является глагол (или глагольная конструкция) со значением извинения (apologize – рус. извиняться, be sorry – рус. сожалеть, forgive – рус. прощать, excuse – рус. просить прощения, pardon – рус. извинять). Использование и уместность указанных речевых тактик может варьироваться в зависимости от ситуации. Э. Олштейн и А. Коэн отметили также, что в английском языке выражение сожаления является наиболее распространенной речевой тактикой стратегии извинения в межличностной коммуникации. В свою очередь Дж. Мерфи утверждает, что в публичных извинениях существует своя специфика [Murphy, J., 2015].

2) Объяснение

Данная стратегия часто используется совместно с первой или вместо нее. Уместность ее использования зависит от конкретной коммуникативной ситуации. Например, если человек опоздал на встречу с другом, он может объяснить, чем было вызвано опоздание.

3) Признание ответственности

Э. Олштейн и А. Коэн отмечают, что данная стратегия используется только в тех случаях, когда извиняющийся признает свою ответственность и вину. Она может быть выражена несколькими речевыми тактиками:

- а) признание вины (например: It was my fault. – рус. Это моя вина);
- б) признание собственной ошибки (например: I wasn't thinking. – рус. Я не подумал);

в) признание того, что человек заслуживает извинений (например: You're right.– рус. Вы правы);

г) выражение отсутствия намерения обидеть (например: I didn't mean to. – рус. Я не хотел обидеть)

Из всех этих тактик только признание вины является прямым выражением ответственности, а все остальные являются косвенными.

4) Обещание исправиться

Коммуникативные стратегии «выражения извинений», «объяснения», «признания ответственности» и «обещания исправиться» часто используются в качестве основы для анализа публичных извинений. Например, Р. Пейдж использовал данную классификацию для изучения извинения между компаниями и клиентами в Твиттере** [Page, R., 2014]. О. Харджи, К. Стэплтон и Д. Туриш на ее основе изучали извинения руководителей банков в Палате общин Великобритании после банковского кризиса 2008 года [Hargie, O., Stapleton, K., & Tourish, D., 2010]. Дж. Мерфи анализировал извинения британских депутатов в Палате общин [Murphy, J., 2014].

Взяв за основу данную классификацию и предприняв собственный анализ извинений британских депутатов, Дж. Мерфи выделил три специфические стратегии извинения, применяемые в деловой коммуникации (см. Таблицу 1).

Таблица 1.

Категории стратегий извинений по Дж. Мерфи

Коммуникативная стратегия	Речевая тактика
Открытое выражение извинений	Открытое принесение извинений
	Обещание исправиться, с открытым принесением извинений
Стандартное косвенное выражение извинений	Выражение сожаления
	Просьба о принятии извинений
	Заявление о желании извиниться
Нестандартное косвенное выражение извинений	Заявление о необходимости извиниться
	Объяснение или оправдание
	Признание вины
	Признание собственной ошибки
	Признание того, что человек заслуживает извинений
	Выражение отсутствия намерения обидеть
	Обещание исправиться
Заявление о том, что такое больше не повторится	

О. Харджи, К. Стэплтон и Д. Туриш [Hargie, O., Stapleton, K., & Tourish, D., 2010] отмечают тот факт, что публичные извинения в сравнение с межличностными делаются открыто и их может услышать каждый. И если это может не иметь никакого значения для извинений, принесенных в письменной форме, устные публичные извинения способны в достаточной степени влиять на общественное восприятие.

Тот факт, что публичные извинения стали частью коммуникативного пространства современного общества, отличает их от извинений межличностного характера. Новые публичные извинения способствуют появлению новых коммуникативных стратегий и способствующих их реализации речевых тактик.

Список литературы

1. Hargie, O., Stapleton, K., & Tourish, D. Interpretations of CEO public apologies for the banking crisis: Attributions of blame and avoidance of responsibility // Organization. 2010. № 17(6). 721–742p.
2. Merriam-Webster: America's Most Trusted Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/>.
3. Murphy, J. Apologies in the discourse of politicians: a pragmatic approach. Manchester: University of Manchester. 2014.
4. Murphy, J. Revisiting the apology as a speech act: The case of parliamentary apologies // Journal of Language and Politics. 2015. № 14(2). 175–204 p.
5. Olshtain, E., Cohen, A. D. Apology: A speech act set // Sociolinguistics and Language Acquisition. 1983. 18–35 p.
6. Oxford English Dictionary. URL: <https://www.oed.com/>.
7. Page, R. Saying “sorry”: Corporate apologies posted on Twitter** // Journal of Pragmatics. 2014. № 62. 30–45 p.
8. Tavuchis, N. Mea Culpa: A Sociology of Apology and Reconciliation/ N. Tavuchis ¾ Stanford: Stanford University Press. 1991. P. 196.

* Компания Meta Platforms Inc. (социальные сети Facebook и Instagram, мессенджер WhatsApp) признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации.

** Социальная сеть X (Twitter) признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации.

С. Н. ПЧЕЛИНЦЕВА, В. И. ШЕБАНОВА, С. Г. ШЕБАНОВА

Херсонский аграрный университет
(Скадовск, Россия)

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ЯЗЫК И КУЛЬТУРУ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON THE LANGUAGE AND CULTURE OF PROFESSIONAL COMMUNICATION

Аннотация

Статья исследует влияние социальных сетей на язык и культуру профессиональной коммуникации. В современном мире социальные сети играют ключевую роль в формировании профессиональных отношений и взаимодействий. Исследование анализирует, как платформы социальных сетей изменяют способы общения, язык и культурные нормы в профессиональной среде. Особое внимание уделяется вопросам трансформации профессионального языка под воздействием цифровых платформ, изменениям в этикете и нормах общения, а также новым формам взаимодействий, которые возникают благодаря социальным сетям. В статье рассматриваются как положительные, так и отрицательные аспекты этого влияния, включая ускорение обмена информацией и рост неформальности в деловом общении. Исследование опирается на анализ современных научных публикаций и примеры из практики, предлагая комплексное понимание происходящих изменений и их последствий для профессиональной коммуникации.

Abstract

The article explores the influence of social networks on the language and culture of professional communication. In today's world, social networks play a key role in shaping professional relationships and interactions. The study analyzes how social media platforms are changing the ways of communication, language and cultural norms in the professional environment. Special attention is paid to the transformation of professional language under the influence of digital platforms, changes in etiquette and norms of communication, as well as new forms of interaction that arise through social networks. The article examines both positive and negative aspects of this influence, including the acceleration of information exchange and the growth of informality in business communication. The research is based on the analysis of modern scientific publications and practical examples, offering a comprehensive understanding of the ongoing changes and their consequences for professional communication.

Ключевые слова: социальные сети, язык, культура, профессиональная коммуникация, цифровые платформы, этикет, обмен информацией.

Keywords: social networks, language, culture, professional communication, digital platforms, etiquette, information exchange.

Способы взаимодействия между людьми, в частности отдельные аспекты языка и форм коммуникации, подверглись значительным изменениям за счёт массового развития социальных сетей. Бурный рост подобных медиа-платформ позволил преодолеть географические барьеры и разницу во времени для того, чтобы дать возможность людям со всего мира взаимодействовать в реальном времени. Посредством адаптации используемого в социальных сетях языка к имеющимся требованиям, таким как краткость и неформальность, огромную роль приобрели новые лингвистические стратегии, среди которых особое место заняли аббревиатуры, сокращения и хэштеги.

Другой немаловажной функцией социальных сетей является их роль в процессе выдвижения инновационных идей и языкового творчества. Такого рода деятельность, в свою очередь, предоставляет пользователям социальных сетей место и возможности для совместного креатива, как на уровне слов и выражений, так и на уровне создания оригинальных идей или образов (мемов). Посредством использования социальных сетей людям становится проще в общении друг с другом, поскольку данные платформы являются отличным методом как синхронного, так и асинхронного взаимодействия. Развитие социальных сетей также оказало существенное влияние на коммуникационные методы, благодаря чему стало проще обмениваться информацией «здесь и сейчас». Изменения не только обогатили современный язык, но и расширили его функциональные возможности, интегрируя новые формы выражения и взаимодействия в повседневную коммуникацию [Трофимова, 2019, с. 40].

Социальные сети предоставили благоприятные условия для расширения языковой креативности пользователей и внедрения ими различных инноваций. В результате развития социальных сетей сформировался характерный им язык, включающий в себя быстро набирающие рост и популярность новые слова, выражения и мемы. Мемы, в свою очередь, заняли решающую позицию среди методов онлайн-коммуникации, поскольку, используя их, люди генерируют новые идеи, символы и образы, которые сосредоточены на «передаче юмора и социальных комментариев посредством использования визуальных изображений или видеороликов, сопровождаемых остроумными подписями или текстовыми наложениями» [Черниченко, 2023, с. 146]. Общее предоставление пользователей социальных сетей находится под значительным влиянием со стороны мемов, следствием чего является формирование общекультурного пространства.

Развитие мемов как культурного феномена иллюстрирует, как визуальные и текстовые элементы могут быть интегрированы для создания сложных и многослойных сообщений, которые легко понимаются и быстро распространяются среди широкой аудитории. Мемы способствуют формированию и укреплению общих интересов, идей и этом ценностей, формируя уникальную онлайн-культуру, основанную на коллективном творчестве и обмене информацией. Благодаря этому, пользователи социальных сетей не только участвуют в глобальном диалоге, но и активно влияют на его содержание и направление, создавая и распространяя культурно значимые артефакты [Сорокина, 2015, с. 46]. Рассмотренные процессы иллюстрируют трансформацию коммуникации в цифровую эпоху, где динамичность и гибкость языка становятся важными характеристиками.

Язык социальных сетей, постоянно эволюционируя, отражает и формирует социальные и культурные изменения, делая их доступными и понятными для широкой аудитории. Таким образом, социальные сети представляют собой не только средства коммуникации, но и мощные инструменты культурного обмена и инноваций.

В работе Викторовой Е.Ю. особое внимание уделяется исследованию феномена «лингвокреативность». Данный феномен характеризует способность пользователей социальных сетей создавать новые слова и выражения, посредством которых можно высказать свою позицию по актуальным в обществе темам (например, относительно событий в мире или из жизни известных людей, а также о каких-либо общественных явлениях). Лингвокреативность может быть обнаружена в результате формирования неологизмов, характеристикой структурных компонентов которой является «выражение оценочности, эмоциональности и экспрессии в речи» [Викторова, 2018, с. 41].

Структура новообразований часто отличается гибкостью и изобретательностью, что позволяет им эффективно передавать сложные и многослойные эмоции и оценки. Неологизмы становятся мощными средствами коммуникации, позволяя пользователям выразить свои чувства и мнения с большей точностью и глубиной. Важной характеристикой данной лексики является её способность быстро набирать популярность и распространяться среди широких масс пользователей социальных сетей. Это обусловлено тем, что такие слова и выражения легко поддаются восприятию и запоминанию, часто обладая яркой и более запоминающейся формой.

Важная роль лингвокреативности проявляется также в процессе становления и совершенствования коллективной идентичности пользователей социальных сетей. Ведя активную жизнь в медиа-платформах, пользователи создают новые лексические единицы, значительно обогащающие язык и формирующие общекультурные нормы. Подобная деятельность позволяет создавать уникальные культурные пространства, основанные на общих интересах и ценностях, и способствует развитию межличностного и межкультурного общения. Профессиональная коммуникация – обмен информацией, идеями и мнениями между людьми в профессиональной среде с целью достижения общих задач и целей [Кронгуазэтом, 2016, с. 51]. Она включает устные и письменные формы общения, использование специализированной терминологии, соблюдение этических и социальных норм, а также применение различных коммуникативных стратегий для эффективного взаимодействия в рабочем контексте.

Социальные сети существенно изменили язык и культуру профессиональной коммуникации. Во-первых, сократилось использование формального языка: общение стало более неформальным, часто включающим сленг и эмодзи. Это связано с тем, что социальные сети способствуют более личному и неформальному стилю общения даже в профессиональных кругах. Во-вторых, возросла скорость обмена информацией. Сообщения теперь передаются мгновенно, что требует от участников коммуникации оперативного реагирования и краткости выражений. В-третьих, социальные сети способствовали гло-

бализации профессиональной коммуникации. Люди из разных стран и культур могут легко взаимодействовать, что приводит к смешению языков и культурных особенностей [Розенталь, 2021, с. 448].

Социальные сети стали важным инструментом в формировании профессиональных отношений и взаимодействий, предоставляя платформы для нетворкинга, обмена знаниями, продвижения личного бренда и поиска рабочих мест. LinkedIn является одной из крупнейших профессиональных социальных сетей в мире. Специалисты могут добавлять друг друга в контакты, участвовать в группах по интересам, комментировать посты и статьи, тем самым расширяя свою профессиональную сеть. Компании размещают вакансии на LinkedIn, а соискатели могут откликаться на них, использовать фильтры поиска и получать рекомендации на основе их профиля.

Компания Microsoft активно использует LinkedIn для поиска и найма талантов по всему миру. Компании позволяют потенциальным кандидатам просматривать вакансии, а также предоставляют аналитические данные о навыках и трендах на рынке труда.

В современном мире многие компании используют Twitter* (с лета 2023 года- X*) для обмена новостями, исследованиями, достижениями и событиями в реальном времени. X* позволяет легко взаимодействовать с лидерами мнений и влиятельными лицами в различных отраслях.

Илон Макс, основатель Tesla, владелец X* и SpaceX, активно использует данную социальную сеть для общения с широкой аудиторией, делится новостями о своих проектах, отвечая на вопросы и комментарии, что помогает ему поддерживать связь с заинтересованными сторонами и привлечь внимание к своим инициативам.

В российском сегменте ВКонтакте активно используются для создания профессиональных сообществ, где специалисты могут обмениваться опытом, искать партнеров и обсуждать новости отрасли. Многие компании и кадровые агентства размещают вакансии в группах ВКонтакте, где пользователи могут легко откликаться на них. К примеру, группа «HR и рекрутмент» ВКонтакте объединяет специалистов по управлению персоналом, предоставляя платформу для обмена опытом, обсуждения тенденций рынка труда и публикации вакансий.

В Телеграмме создаются каналы и чаты, посвященные различным профессиональным тематикам, что позволяет специалистам быть в курсе последних новостей, обсуждать вопросы и находить единомышленников. Телеграмм предоставляет возможность создания закрытых групп для профессионального общения и помощи.

Социальные сети оказывают значительное влияние на профессиональное общение, язык и культурные нормы в рабочей среде. Данный процесс охватывает несколько ключевых аспектов, включая изменения в профессиональном языке, нормы общения и новые формы взаимодействий.

Трансформация профессионального языка под воздействием цифровых платформ. Социальные сети способствуют ускоренному развитию и распространению нового профессионального жаргона. Термины, связанные с цифровыми технологиями и социальными медиа, проникают в повседневное общение и официальные документы. Например, такие термины, как «лайк», «репост», «вирусный контент», «инфлюенсер» и «хештег», стали широко использоваться в различных профессиональных контекстах. Это явление наблюдается как в международной практике, так и в российской, где подобные англицизмы активно интегрируются в профессиональный язык. Данная трансформация способствует более быстрому и точному обмену информацией, но также может создавать барьеры для понимания между поколениями или специалистами из разных областей.

Социальные сети привносят новые нормы и правила общения в профессиональную среду. Одним из заметных изменений является упрощение и демократизация коммуни-

кации. Платформы, такие как LinkedIn, X* и ВКонтакте, позволяют сотрудникам и руководителям общаться более неформально и непосредственно. Например, в X* генеральные директора компаний могут напрямую отвечать на вопросы сотрудников и клиентов, что раньше было невозможно в традиционных корпоративных коммуникациях. Однако, наряду с этим, возникают новые нормы этикета, такие как необходимость соблюдения профессионального тона в публичных постах и комментариях, внимательное отношение к приватности и конфиденциальности информации. Нарушение этих норм может привести к негативным последствиям для репутации, как отдельных специалистов, так и компаний в целом.

Новые формы взаимодействий благодаря социальным сетям. Социальные сети способствуют развитию новых форм взаимодействий, таких как виртуальные команды, онлайн-сообщества по интересам и краудсорсинг. Виртуальные команды, работающие через платформы, такие как Slack и Microsoft Teams, позволяют специалистам из разных регионов эффективно сотрудничать над проектами. Онлайн-сообщества, например, группы в Facebook** или каналы в Телеграмме, служат платформами для обмена знаниями и лучшими практиками, обсуждения профессиональных вопросов и нахождения решений общих проблем. Благодаря тому, что активно используется краудсорсинг на таких платформах как Kickstarter, мы имеем возможность привлечь ИИ для решения сложных задач или разработки новых продуктов. В российской практике, например, стабильный рост характерен платформе Yandex.Toloka, позволяющей компаниям и исследователям иметь больше шансов на привлечение участников для выполнения разного рода задач, от аннотирования данных до проведения маркетинговых исследований.

Современные социальные сети играют ключевую роль в профессиональной среде, влияя на общение, язык и культурные нормы. Влияние имеет как положительные, так и отрицательные аспекты, которые важно анализировать для понимания и оптимизации профессионального взаимодействия (см. табл. 1).

Таблица 1

**Положительные и отрицательные аспекты
влияния социальных сетей в профессиональной среде**

Положительные аспекты	Отрицательные аспекты
Ускорение обмена информацией	Рост неформальности в деловом общении
Расширение возможностей для нетворкинга	Угрозы элемент приватности и установление конфиденциальности
Повышение доступности профессионального обучения	Проблемы с управлением репутацией
	Потенциальное негативное влияние на ментальное здоровье и продуктивность

Понимание и балансирование в данных аспектах позволяет минимизировать потенциальные риски и максимально эффективно использовать социальные сети в профессиональных целях.

Роль социальных сетей в развитии языка и культуры профессиональной коммуникации является значимым фактором цифровой трансформации в современных организациях. Использование социальных платформ активно влияет на формирование профессионального языка, интегрируя новые термины и концепции, связанные с информационными технологиями и интернет-коммуникацией. Социальные сети также способствуют демократизации и упрощению коммуникационных норм, что снижает формальные барьеры в общении и упрощает коммуникацию между представителями различных сфер влияния.

Подводя итог вышесказанному, хотелось бы отметить, что в настоящее время для понимания значимости социальных сетей для профессиональной коммуникации, а также для грамотного управления ими, перед специалистами и организациями возникает необходимость расширения подходов и взглядов. Активное использование преимуществ социальных сетей в обмене информацией и нетворкинге, одновременно с строгим соблюдением профессиональных стандартов и мер безопасности, может стать ключевым моментом в решении поставленной проблемы.

Список литературы

1. Викторова, Е. Ю. Лингвистический и торгового творческий воздействие потенциал факторов интернет-коммуникации факторов (на услуг материале жанра социальных сетей) // Жанры речи. – 2018. – № 4(20). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokreativnyu-potentsial-internet-kommunikatsii-na-materiale-zhanra-sotsialnyh-setey> (дата обращения: 13.06.2024).
2. Кронгауз, М. Русский язык на грани нервного срыва. – М. – 2016. – URL: <http://lib.rus.ec/b/150412/read/> (дата обращения: 12.06.2024).
3. Розенталь, Д. Э. Современный русский язык / Д. Э. Розенталь, И. Б. Голуб, М. А. Теленкова. – 11-е изд. – М.: Айрис-Пресс, 2021. – 448 с.
4. Сорокина, А. Б. и др. Интернет в жизни современных подростков: проблема и ресурс // Современная зарубежная психология. – 2015. – Т. 4. – №. 1. – С. 45–64.
5. Трофимова, Г. Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России. Функционирование русского языка в Интернете. Концептуально-сущностные доминанты [Электронный ресурс]: монография.— Электрон. текстовые данные. — М: РУДН, 2019. — 40 с.
6. Черниченко Е. Н. Роль социальных медиа в трансформации языка // Russian Linguistic Bulletin. – 2023. – № 7(43). – URL: <https://rulb.org/archive/7-43-2023-july/10.18454/RULB.2023.43.31> (дата обращения: 10.06.2024). DOI: 10.18454/RULB.2023.43.31

* Социальная сеть X (Twitter) признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации.

** Компания Meta Platforms Inc. (социальные сети Facebook и Instagram, мессенджер WhatsApp) признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации.

В. А. СТРУЖЕНКОВА, Т. П. КОЛЕСНИКОВА

Новомосковский институт РХТУ им. Менделеева

(Новомосковск, Россия)

КОММУНИКАЦИЯ, КАК ЗЕРКАЛО КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

COMMUNICATION AS A MIRROR OF THE CORPORATE CULTURE OF HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

Аннотация: в данной статье большой интерес уделяется значимости коммуникаций в управлении персоналом и в формировании корпоративной культуры. В исследуемой работе представлены различные разновидности коммуникаций в организации с примерами. Более развернуто рассмотрены внутренние и внешние связи в компании. А также были проанализированы всевозможные нюансы корпоративной культуры и предложены возможности ее усовершенствования на настоящий момент времени.

Abstract: in this article, much attention is paid to the importance of communications in personnel management and in the formation of corporate culture. The work under study presents various types of communications in an organization with examples. The internal and external relations in the company are considered in more detail. They also analyzed all possible nuances of corporate culture and suggested ways to improve it now.

Ключевые слова: коммуникация, корпоративная структура, внутрикорпоративная коммуникация, человеческие ресурсы, взаимодействие.

Keywords: communication, corporate structure, internal corporate communication, human resources, interaction.

Актуальность выбранной темы объясняется тем, что для эффективной работы организации невозможно обойтись без использования процесса коммуникаций, чтобы лучше управлять персоналом и создавать подходящую рабочую среду.

Коммуникация играет значительную важность в установлении взаимоотношений между начальниками и работниками, снабжая постоянным обменом информации, которая необходима для взаимодействия и функционирования.

Коммуникация (от лат. communicatio) – это процесс, направленный на обмен мыслями и информацией с целью достижения взаимопонимания между людьми.

Концепция коммуникаций обладает рядом следующих целей, которые представлены на рисунке 1.

Также коммуникация исполняет следующие ключевые функции:

1. Информация;

До предоставления информации, ее нужно приобрести из всевозможных каналов – СМИ, интернета, устного или невербального общения, аудио и видео файлов, печатных изданий и рекламы.

2. Контроль;

В любой компании существует иерархический состав, начинающийся с официальных руководителей, задача которых контролировать и следить за действиями сотрудников. Цель функции контроля формировать кодекс или акт поведения работников каждой фирмы.

3. Мотивация;

Обратная связь о постановке определенных целей и задач, их достижении и выполнении увеличивает мотивацию среди работников и требует общения.



Рис. 1. Основные цели процесса коммуникаций

Все компании основываются для достижения своих целей. Они прикладывают максимально все силы, чтобы завершить работу в срок. Для достижения миссии компании группа сотрудников должна выложиться на полную, иначе говоря, они должны быть замотивированы, чтобы выполнить свою работу в четко указанные сроки.

4. Выражение эмоций.

Эта функция является основным элементом социального взаимодействия, где члены коллектива фирмы могут поделиться мыслями и идеями между собой. А также, процесс коммуникации внутри команды сотрудников, дает им возможность решить свои социальные проблемы и спросить совет.

Далее мы проанализируем основные виды коммуникаций, которые представим в таблице 1 [Боброва, 2020, с. 1].

Таблица 1

Виды коммуникаций

Вид коммуникаций	Краткая характеристика	Пример
Внешние коммуникации	Внешняя связь исполняется между компанией и наружным миром.	- Выступление работника определенной компании на конференции; - Организация дней открытых дверей в учебных организациях и другое.
Внутренние коммуникации	Общение внутри компании исполняется на разных степенях и подразделениях.	- Исполнение собраний; - Применение досок объявлений и прочее.
Горизонтальные коммуникации	Горизонтальное общение подразумевает связь между разнообразными компонентами и подразделениями.	- Совещания менеджеров среднего уровня; - Корпоративные мероприятия различных отделов в компании и прочее.
Вертикальные коммуникации	Вертикальное общение подразумевает связь от руководителей к сотрудникам.	Формирования отчетов, служебных записок, различных запросы и другое.

Формальные коммуникации	Формальные коммуникации протекают через всю иерархию системы организации и устанавливают ответственность за выполнение задач.	- Письменные инструкции; - Работа в комитетах; - Устные объявления; - Объявления по сети и т.д.
Неформальные коммуникации	Неформальная коммуникация образуется на основе формальной коммуникации.	- Слухи; - Обмен мнениями, идеями; - Контакты в телефоне и другое.
Вербальные коммуникации	Вербальные коммуникации исполняются с применением языка.	- Прослушивание лекций в университете на парах; - Присутствие на уроке в школе; - Проведение всевозможных экскурсий и прочее.
Невербальные коммуникации	Невербальная связь разрешает предоставлять информацию посредством различных систем без употребления языка.	- Стиль одежды; - Невербальное приветствие и прощание и т.д.

В управлении персоналом любой компании выделяются только два основных типа коммуникаций – внутренние и внешние типы связи.

Данные методы необходимы для успеха в достижении всевозможных целей и задач организации, а также помогает компании взаимодействовать с окружающим миром.

Ключевые технологии внутренней связи в управлении сотрудниками представляются на рисунке 2:

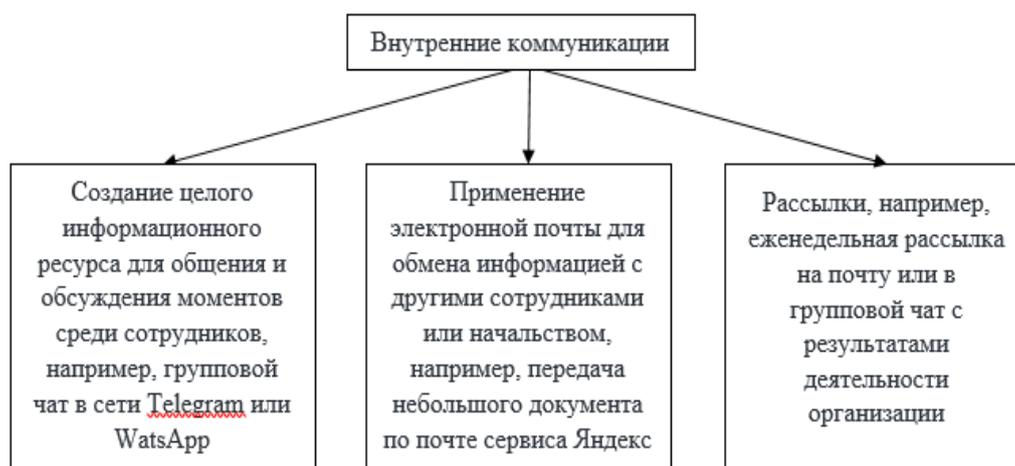


Рис. 2. Технологии внутренней коммуникации

Все эти приемы подсобляют рационализировать взаимодействие компании с персоналом, увеличить мотивацию и эффективность работы среди работников, а также поднять корпоративную культуру и имидж организации среди других конкурирующих компаний.

Что касается внешней коммуникации в управлении человеческими ресурсами компании, то она помогает в обмене информацией между компаниями на рынке и окружающим миром через такие инструменты, которые представлены на рисунке 3.



Рис. 3. Технологии внешней коммуникации

Верное применение данных приемов поможет организовать наилучшую репутацию компании среди конкурентов, с помощью которой можно завлечь намного больше новых клиентов и высококвалифицированных сотрудников, а также зафиксировать твердую позицию организации на конкурирующих рынках [Козлова, Гнездилова, Нижельская, 2023, том 1, с. 857].

Одним из генеральных способов организации, обеспечивающих соотношение целям и задачам фирмы среди ее сотрудников, представляется корпоративная культура – это общие ценности, над которыми работает сплоченный и эффективный коллектив работников организации. Она основывает взаимопонимание среди сотрудников, гарантирует доступ к информации и устанавливает порядок работы.

Камерон и Куинн выдвинули четыре основные корпоративные культуры: бюрократическая (иерархическая), общинная (клановая), адхократическая и рыночная.

Рассмотрим их более подробно в таблице 2 [Соколов, 2020, с. 6].

Таблица 2

Виды корпоративной культуры

Вид корпоративной культуры	Краткая характеристика	Плюсы	Минусы
Бюрократическая корпоративная культура	Это культура, где успех зависит от устойчивости и надежности коллектива.	Ясные роли и принципы могут поспособствовать пониманию обязанностей и перспектив для сотрудников. Что касается организации, то подготовленность управляющих руководителей обеспечивает надежность работы фирмы.	Высокая конкуренция и изоляция внутри коллектива может замедлить процесс карьерного роста для сотрудников. Что касается организации, то трудные иерархические структуры могут усложнять коммуникацию в компании.

Общинная (клановая) корпоративная культура	Это культура, которая отмечает взаимопонимание и единство в организации.	Для сотрудников – хорошие взаимоотношения с коллегами, а для организации – лидеры среди коллектива являются наставниками, которые помогают другим с разными вопросами по работе	В коллективе могут произойти возможные конфликты и размытие границ. В организации могут возникнуть препятствия по решению вопросов.
Адхократическая корпоративная культура	Это культура, где большое внимание уделяется на формирование коллективной деятельности.	Гибкий план работы, который позволяет сотрудникам развиваться.	Неуверенность у новичков, появление возможных рисков в компании.
Рыночная корпоративная культура	Это культура, где приоритетом является жесткая конкуренция.	Рыночная корпоративная культура поддерживает развитие и образование для сотрудников, а также формирует хорошую эффективность деятельности фирмы на рынке.	Из-за большой конкуренции может вызвать психологические проблемы у сотрудников в виде стресса, а также к кадровому и эмоциональному отбору.

Основными тенденциями формирования корпоративной культуры представляются:

- цифровизация;

Цифровизация посредством информационных платформ и порталов, проявила большое воздействие на регулирование корпоративной культуры. Из-за появления новых порталов связи, где могут размещаться не только документы и важные файлы компании, но также и развлекательный контент, который может негативно влиять на работоспособность сотрудников организации. Активное использование интернета возможно негативно повлияет на физическое и психическое состояние сотрудников, что также может сказаться на его здоровье.

- персонализация;
- потребности сотрудников;
- стратегические вопросы компании.

Таким образом, необходимо ответственно внедрять современные технологии для увеличения производительности труда работников в компании [Сысоева, 2023, с. 9].

В заключении хотелось бы сказать, что коммуникационные связи играют большую роль в развитии и управлении персонала компании, а также в формировании корпоративной культуры.

Правильно сформированная корпоративная культура влияет на все рабочие процессы организации – от сотрудников до привлечения новых потенциальных клиентов.

С помощью коммуникации отражаются основные ценности и формируется миссия существования компании, а также растет ответственность у ее сотрудников и создается положительный имидж среди конкурентов на рынке.

Безгранично важно, чтобы фирмы адаптировались к современным изменениям рынка и потребностям партнеров, постоянно корректируя свои коммуникативные стратегии.

Список литературы

1. Боброва, И. С. Коммуникации в менеджменте: функции, понятие и виды. – URL: <https://infourok.ru/kommunikaciya-kak-funkciya-menedzhmenta-vidy-kommunikacii-4277368.html> (дата обращения 26.06.2024).
2. Козлова, В. Ю. Роль коммуникации в управлении человеческими ресурсами и корпоративной культурой / В. Ю. Козлова, А. В. Гнездилова, Ю. А. Нижельская // Вестник науки. – 2023. – №6 (63), Т. 1. – С. 855–862.
3. Соколов, Е. Корпоративная культура организации: виды, функции и особенности. – URL: <https://dasreda.ru/media/for-managers/korporativnaya-kultura-organizacii/> (дата обращения 26.06.2024).
4. Сысоева, Т. Л. Актуальные подходы к управлению корпоративной культурой как инструменту коммуникации. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-podhody-k-upravleniyu-korporativnoy-kulturoy-kak-instrumentu-kommunikatsii> (дата обращения: 24.06.2024).

Д. К. ТУРИЩЕВ

ООО «Агроторг», X5 Group
(Воронеж, Россия)

Е. А. ШУБИНА

Научный руководитель, к.э.н.
Воронежский филиал РЭУ имени Г.В. Плеханова
(Воронеж, Россия)

РОЛЬ КОММУНИКАЦИИ В КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЕ РОЗНИЧНОГО БИЗНЕСА

THE ROLE OF COMMUNICATION IN CORPORATIVE CULTURE OF RETAIL BUSINESS

Аннотация

Эффективная коммуникация между сотрудниками и клиентами является ключевым фактором обеспечения качественного обслуживания и достижения высоких показателей деятельности компании. Особое внимание уделяется роли коммуникативных стратегий и тактик, используемых персоналом в процессе клиентского обслуживания. Исследуются языковые и речевые особенности, невербальные средства общения, а также подходы к управлению эмоциями и конфликтными ситуациями. В статье раскрывается роль корпоративной культуры в построении эффективной внутренней коммуникации. Анализируется корпоративный стиль общения, коммуникативные роли сотрудников, влияние организационной иерархии на командное взаимодействие. Особое внимание уделяется языковым средствам, формирующим корпоративную идентичность и способствующим созданию позитивного имиджа компании. Проведенное исследование имеет теоретическую значимость для специалистов в области управления персоналом, внутренних и внешних корпоративных

коммуникаций, а также для руководителей и сотрудников розничных предприятий, заинтересованных в повышении эффективности профессионального взаимодействия.

Abstract

Effective communication between employees and customers is a key factor in providing quality service and achieving high performance of the company. Special attention is paid to the role of communication strategies and tactics used by personnel in the process of customer service. Language and speech peculiarities, non-verbal means of communication, as well as approaches to managing emotions and conflict situations are studied. The article reveals the role of corporate culture in building effective internal communication. It analyzes the corporate style of communication, communicative roles of employees, the influence of organizational hierarchy on team interaction. Special attention is paid to the language means that form corporate identity and contribute to the creation of a positive image of the company. The conducted research has theoretical significance for specialists in the field of personnel management, internal and external corporate communications, as well as for managers and employees of retail enterprises interested in improving the effectiveness of professional interaction.

Ключевые слова: профессиональная коммуникация, розничный бизнес, клиентское обслуживание, корпоративная культура, коммуникативные стратегии, корпоративная идентичность.

Keywords: professional communication, retail business, customer service, corporate culture, communicative strategies, corporate identity.

Эффективная коммуникация играет ключевую роль в успешном функционировании любой организации, особенно в сфере розничного бизнеса, где взаимодействие с клиентами является определяющим фактором. Корпоративная культура розничных компаний характеризуется рядом особенностей, которые оказывают существенное влияние на качество обслуживания и внутреннее взаимодействие сотрудников. Коммуникативные стратегии и тактики в обслуживании клиентов в рамках корпоративной культуры розничного бизнеса играют ключевую роль в формировании положительного имиджа компании и обеспечении удовлетворенности покупателей.

Языковые и речевые особенности общения с клиентами в ритейле предполагают использование вежливых, доброжелательных и лаконичных формулировок, отказ от профессионального жаргона, а также соблюдение норм литературного языка. Стоит отметить специфическую особенность – учет индивидуальных особенностей клиента, и соответствующим образом адаптация стиля общения. Невербальные сигналы, такие как поза, жесты, мимика и зрительный контакт, также существенно влияют на восприятие, при правильном их использовании – это может продемонстрировать заинтересованность, доброжелательность и готовность к конструктивному взаимодействию со стороны клиента [Черемохина, 2020, с. 127].

Необходимость немедленного реагирования, также входит в область особенностей тактики обслуживания, поскольку клиенты часто ожидают быстрого внимания и помощи в их проблеме. Приведем наиболее распространенный пример в практики продаж: сотрудники должны проявлять инициативу при обращении к покупателям и взаимодействии с ними, поддерживая видимое присутствие в торговом зале, чтобы своевременно отвечать на вопросы и удовлетворять потребности. Адаптация к отдельным сегментам покупателей также очень важна, поскольку покупатели могут сильно отличаться по возрасту, доходу, образованию и культурным традициям [Байкулова, 2023, с. 467]. Тактику общения может потребоваться корректировка, с учетом различных категорий товаров (например, роскошь против масс-маркета) и обстановки в магазинах, например, элитный бутик против дисконтной сети.

Ниже в качестве примера приведем скрипты общения с клиентами из профессиональной практики розничного бизнеса.

Вежливый и дружелюбный язык:

- «Доброе утро! Чем я могу вам помочь сегодня?»,
- использование вежливых фраз, таких как «Пожалуйста» и «Спасибо», для демонстрации уважения и признательности,
- обращение к клиентам по имени и отчеству, если оно известно, чтобы придать взаимодействию индивидуальность.

Избегания жаргона:

- объяснение особенностей и характеристик продукта простым, понятным языком, избегая технической терминологии,
- перефразирование сложных терминов в простых формулировках, с целью обеспечения понимания клиентом,
- подталкивание клиентов к задаванию уточняющих вопросов, в случае отсутствия понимания специфики продукта.

Адаптация к потребностям клиента:

- корректировка стиля и темпа общения в зависимости от возраста клиента, его культурных особенностей,
- предоставление подробных объяснений пожилым клиентам, которые могут быть менее информированы в продукте, и более лаконичное общение с молодыми,
- использование более официального тона при общении с покупателями с достатком и более непринужденного подхода для покупателей с ограниченным бюджетом.

В целом комплексное применение коммуникационных стратегий и тактик в обслуживании клиентов позволяет предприятиям розничной торговли повысить качество обслуживания клиентов, укрепить корпоративную культуру и обеспечить долгосрочную конкурентоспособность. Сосредоточившись на немедленном реагировании, адаптации, знании продукта, работе с импульсными покупками и перекрестными продажами, а также на управлении взаимодействием с большим количеством покупателей в быстром темпе, розничные компании могут обеспечить исключительное обслуживание клиентов и укрепить свои позиции на рынке в целом.

В рамках корпоративной культуры розничного бизнеса языковые и речевые особенности общения между сотрудниками – важный аспект эффективного функционирования организации. Корпоративный стиль общения подразумевает использование специфической лексики, синтаксических конструкций и речевых клише, отражающих ценности, традиции и нормы компании. Подобные языковые особенности призваны объединить коммуникативное пространство и продемонстрировать принадлежности к профессиональному сообществу. Коммуникативные роли и иерархия в межличностном взаимодействии сотрудников также определяются корпоративной культурой [Кулаканова, 2018, с. 35]. Четкое распределение должностей, полномочий и ответственности задает вектор вертикальных и горизонтальных коммуникаций, который в свою очередь проявляется в характере обратной связи, разрешении конфликтов и принятии управленческих решений. Корпоративная культура всегда оказывает значительное влияние на взаимодействие сотрудников в коллективе. Общие ценности, традиции, ритуалы и нормы поведения формируют в коллективе атмосферу доверия, сплоченности и взаимопонимания.

Корпоративный стиль общения позволяет сотрудникам идентифицировать себя как членов определенного организационного сообщества, демонстрируя свою принадлежность к компании [Жиганова, Челомин, 2023 с. 74]. Это способствует формированию чувства общности и лояльности к организации. Корпоративный стиль общения задает четкие рамки и правила взаимодействия внутри компании, что повышает ее структури-

рованность и предсказуемость. Особенно важно данное явление заметно при поддержании порядка и координации в крупных организациях. Единый корпоративный стиль общения объединяет сотрудников, способствуя выработке общего видения, ценностей и норм поведения.

Языковые средства выражения корпоративной идентичности включают в себя специфическую лексику (термины, аббревиатуры, названия компаний), устойчивые обороты речи, синтаксические конструкции, а также невербальные компоненты (корпоративный стиль, дресс-код). Идентифицирующие элементы формируют узнаваемый «голос» компании, который транслируется как во внутренней, так и во внешней коммуникации. Важно подметить роль корпоративного стиля в создании имиджа компании, которую сложно переоценить [Николаева, 2021, с. 14]. Последовательное использование единого стиля общения во всех коммуникативных практиках (от деловой переписки до презентаций и публичных выступлений) способствует формированию у целевой аудитории (клиентов, партнеров, инвесторов) четкого, целостного и благоприятного образа о компании. Языковые особенности служат поддержкой единого коммуникативного пространства и демонстрации принадлежности к организационному сообществу. Коммуникативные роли и иерархия в межличностном взаимодействии сотрудников также определяются корпоративной культурой. Четкое распределение статусов, полномочий и ответственности задает вектор вертикальных и горизонтальных коммуникаций, влияет на характер обратной связи, разрешение конфликтов и принятие управленческих решений.

Подводя итог, важно отметить, что специфика обслуживания клиентов в розничном бизнесе требует от сотрудников достаточного уровня коммуникативных навыков, ориентации на клиента, а также способности быстрой реакции на изменяющиеся потребности покупателей. Эффективное взаимодействие с коллегами, в свою очередь, способствует сплочению коллектива, формированию благоприятного психологического климата и, как следствие, повышению качества обслуживания. Использование корпоративного стиля, включающего единую систему фирменной идентификации, корпоративного кодекса и регламентов, позволяет выстроить четкую коммуникационную политику организации, что положительно сказывается на восприятии бренда клиентами и создает единую корпоративную идентичность. Выводы свидетельствуют о том, что эффективная коммуникация в розничном бизнесе является ключевым фактором успеха, требующим комплексного подхода к построению коммуникационных процессов в организации.

Список литературы

1. Когнитивные основания интеракции в маркетинговом дискурсе / Д. А. Черемохина, D. A. Cheremokhina, И. М. Чеботарева, I. M. Chebotareva // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. – 2020. – № 1. – С. 119–129. – ISSN 2712-7451. – URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/343358> (дата обращения: 13.06.2024).
2. Кулаканова, Ж. У. Профессиональная коммуникация персонала как один из элементов развития кадрового потенциала // Вестник инновационного евразийского университета. – 2018. – № 2. – С. 31–36. – URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/311506> (дата обращения: 13.06.2024).
3. Николаева, Н. Н. Когнитивно-дискурсивный анализ современных англоязычных текстов в дискурсе корпоративной социальной ответственности // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. – 2021. – № 1. – С. 6–18. – URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/340124> (дата обращения: 13.06.2024).
4. Особенности формальной и неформальной коммуникации в бизнес-дискурсе / А. В. Жиганова, А. В. Челомин // Libri Magistri. – 2023. – № 1 (23). – С. 63–76. – URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/336284> (дата обращения: 13.06.2024).

5. Позитивная деловая коммуникация: средства гармонизации общения в групповых коммерческих чатах / А. Н. Байкулова, М. А. Кормилицына // СибСкрипт. – 2023. – № 4 (98). – С. 461-470. – URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/351986> (дата обращения: 13.06.2024).

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ОСНОВА КОНСТРУКТИВНОГО ДИАЛОГА

Д. Т. АЗОЯН

Российский биотехнологический университет
(Москва, Россия)

ОСОБЕННОСТИ ОСМАНСКОЙ ПИСЬМЕННОСТИ И ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

FEATURES OF THE OTTOMAN SCRIPT AND ITS USE IN INTERCULTURAL COMMUNICATION

Аннотация

Османский язык является предшественником турецкого языка, вымерший в начале XX века. Он входил в огузскую ветвь тюркской языковой группы, который использовался среди османской знати. Как и все мусульманские государства эпохи Средневековья, применялась арабо-персидская письменность. До реформы Ататюрка арабская вязь была неэффективной для написания и чтения османского языка, так как не было четкого отображения передних и задних рядов гласных звуков. Местное население из-за этого было неграмотным. Статистика показывала, что уровень грамотности среди турок-османов составляло около 20-30%. С распадом Османской империи и приход власти первого президента Турции Мустафы Кемала Ататюрка османский язык стал турецким, происходила латинизация турецкой письменности, где были отображены все необходимые гласные звуки.

Abstract

The Ottoman language is the predecessor of the Turkish language, which became extinct at the beginning of the 20th century. He was a member of the Oguz branch of the Turkic language group, which was used among the Ottoman nobility. Like all Muslim states of the Middle Ages, the Arabic-Persian script was used. Before the reform of Ataturk, Arabic script was ineffective for writing and reading the Ottoman language, since there was no clear display of the front and back rows of vowel sounds. The local population was illiterate because of this. Statistics showed that the literacy rate among the Ottoman Turks was about 20-30%. With the collapse of the Ottoman Empire and the coming to power of the first president of Turkey, Mustafa Kemal Ataturk, the Ottoman language became Turkish, the Romanization of the Turkish script took place, where all the necessary vowel sounds were displayed.

Ключевые слова: османский язык, турецкий язык, арабо-персидская письменность, Ататюрк, османы, Османская империя, буквы.

Keywords: Ottoman language, Turkish language, Arabic-Persian script, Ataturk, Ottomans, Ottoman Empire, letters.

Османский язык начал зарождаться в XV веке. Он являлся официальным языком знати, наряду с персидским (язык поэзии и коммуникации на Ближнем Востоке) и арабским (язык молитвы). Многие произведения на этом языке использовали до 90% заимствований арабо-персидского происхождения. Для межкультурной коммуникации с иранским шахом письма на османском не представляли труда для чтения, так как иранская знать владела туркменским языком (предок современного азербайджанского).

Цели и задачи нашей работы – сравнить османский язык с современным турецким, особенности написания, применение в межкультурной коммуникации в настоящее время. Только зарубежные авторы рассматривают данную проблему, так как на практике с арабской вязью огласовки не используются, и это затрудняет чтение.

Османский язык сильно отличался от местного тюркского языка, у которого было большое количество тюркских неологизмов и который стал основоположником современного турецкого языка. Арабо-персидская вязь использовалась в течение 500 лет до 1928 года (рис. 1):

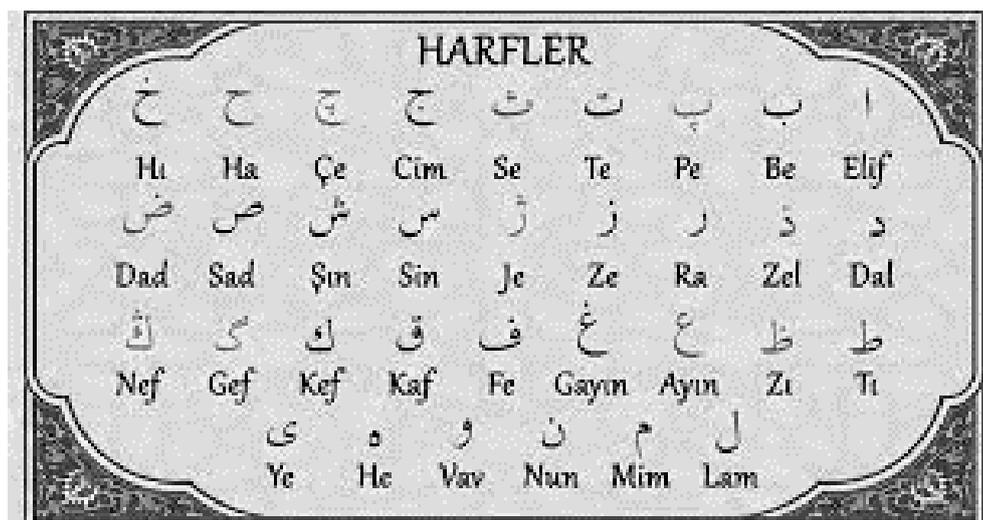


Рис. 1. Османский алфавит [Буров, 2003]

В отличие от арабо-персидского алфавита в османском был удлиненный звук «н» (ср. тур. deniz — туркм. deňiz «море»), который передавался через ن неф. После латинизации данная буква, передающая этот звук, не сохранилась в современном турецком языке. На рис. 2 рассмотрим два предложения на османском языке:

گدن ترازى طوتارلر
Gülden terazi tutarlar
The scale they use is rose

گل آيلر گل ساتارلر
Gül alırlar gül satarlar
They buy rose and they sell rose

Рис. 2. Предложения на османском языке

В этих предложениях можно увидеть отсутствие огласовок и букв, которые отображают гласные звуки. Взять, например, слово «роза» на турецком – «гюль», «gül». На арабской графике будет записываться, как «гл», «لگ». Данное явление было нередкостью, а если взять алиф, то мог обозначать одновременно несколько гласных звуков в старотурецком языке [Аврутина, 2016].

Османский язык вымер в начале XX века. Первый президент Турции отказался от наследства Османской империи. Политика вестернизации привело к тому, что Турция стала светским государством, начала пользоваться западным институтом в сфере правления (рис. 3) [Таркан, 2009].

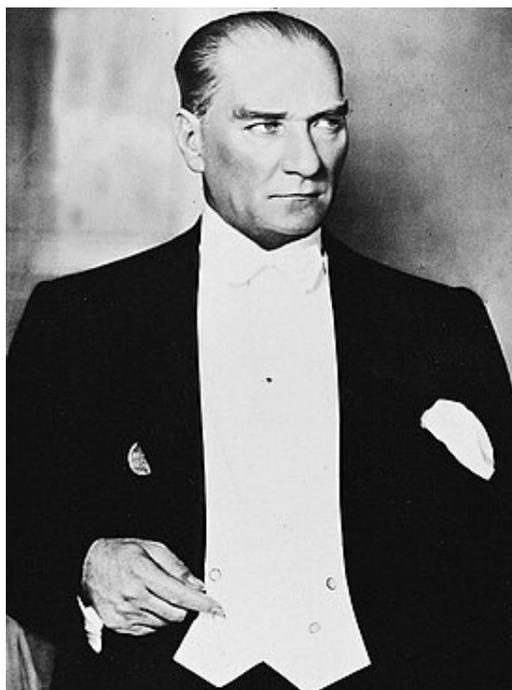


Рис. 3. Мустафа Кемаль Ататюрк [Сулейманова, 2017]

Для сближения с Европой Кемаль ввел латинизацию турецкого алфавита, который стал эффективнее арабской вязи. Повысился уровень грамотности, так как ученые предусмотрели все аспекты отображения фонетики современного турецкого языка. Современный турецкий алфавит представлен на рис 4:

Turkish Alphabet

Aa Bb Cc Çç Dd Ee Ff Gg Ğğ

Hh Iı İi Jj Kk Ll Mm Nn

Oo Öö Pp Rr Ss Şş Tt

Uu Üü Vv Yy Zz

www.7ways.com.ua

Рис. 4. Турецкий алфавит

В настоящее время для межкультурной коммуникации османский язык может быть использован при общении с представителями тюркских народностей в Иране, Ираке, Сирии, Афганистане, Таджикистане и Узбекистане. В первых четырех из шести государств тюрки используют арабскую вязь, который не вызовет проблем при чтении османского языка. Взаимопонимание составит около 80-90% от всей лексики [Касевич, 2015].

Список литературы

1. Аврутина, А. С. Квантитативный подход в анализе морфонологической подсистемы агглютинативного языка (на примере османского языка) // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия : Гуманитарные науки. – 2016. – №. 7. – С. 115-118.
2. Буров, А. Г. Лингвисты дальнего зарубежья о западноевропейских заимствованиях в турецком языке // Культура народов Причерноморья. – 2003. – №. 39. – С. 97-102.
3. Касевич, В. Б. О количественной оценке сравнительной трудности восприятия разновременных текстов (на материале турецкого и османского языка) // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2015. – №. 5 (66). – С. 54-59.
4. Сулейманова, З. А. Мустафа Кемаль Ататюрк // Наука, образование и культура. – 2017. – №. 1 (16). – С. 19-20.
5. Таркан, Т. Из истории реформ по обновлению турецкого языка // Вестник РГГУ. Серия : Политология. История. Международные отношения. – 2009. – №. 8. – С. 149-154.

Д. В. БАЛАГАНОВ

Военный университет им. князя Александра Невского
Министерства обороны Российской Федерации,
(Москва, Россия)

СИНХРОННЫЙ ПЕРЕВОД КАК СРЕДСТВО МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация

Статья посвящена освещению вопросов синхронного перевода как средства межкультурной коммуникации. В работе описаны особенности синхронного перевода как вида устного двустороннего или одностороннего перевода, который осуществляется в условиях острого дефицита времени с визуальной опорой или без нее, с использованием специальной аппаратуры или без нее. В ходе исследования автор приходит к заключению, что в процессе синхронного перевода переводчик выступает в роли интерпретирующей интенции отправителя сообщения, закодированного с использованием выразительных и изобразительных средств, а также ресурсов ИЯ (исходного языка). В статье подчеркивается, что переводчик-синхронист, опираясь на языковую, межкультурную и лингвострановедческую компетенцию, а также фоновые знания, принимает решение относительно масштаба смыслового и выразительного выбора на языке перевода. Автор статьи делает вывод о том, что языковые средства, примененные для формулирования мысли отправителем информационного сообщения, в том числе, и несущего межкультурную информацию, будут непременно оказывать определенное воздействие на степень ее понимания адресатом.

Abstract

The article is devoted to highlighting the issues of simultaneous translation as a means of intercultural communication. The paper describes the features of simultaneous translation as a type of oral two-way or one-way translation, which is carried out in conditions of acute time shortage with or without visual support, using special equipment or without it. In the course of

the study, the author comes to the conclusion that in the process of simultaneous translation, the translator acts as an interpreter of the intention of the sender of the message encoded using expressive and pictorial means, as well as the resources of the source language. The article emphasizes that a simultaneous translator, relying on linguistic, cross-cultural and linguistic competence, as well as background knowledge, makes a decision on the scale of semantic and expressive choice in the target language. The author of the article concludes that the linguistic means used to formulate a thought by the sender of an information message, including one carrying intercultural information, will certainly have a certain impact on the degree of its understanding by the addressee.

Ключевые слова: язык, перевод, межкультурная коммуникация, переводчик, культура.
Keywords: language, translation, intercultural communication, translator, culture.

С момента своего появления в качестве вида устного перевода синхронный перевод зарекомендовал себя как средство межкультурного общения в формате реального времени и, таким образом, способствующее коммуникации между людьми, принадлежащим самым различным лингвокультурам. Приступая к освещению обсуждаемого нами вопроса, прежде всего, остановимся на ключевых вопросах нашей работы, в которой мы будем описывать интеракцию синхронного перевода и межкультурной коммуникации.

Таким образом, мы коснемся вопросов, имеющих самое непосредственное отношение к межкультурному общению. На современном этапе развития данной парадигме уделяется достаточно пристальное внимание. В этой связи, например, назовем имена такие ученых, как С.Г. Воркачев [Воркачев, 2001], О.А. Корнилов [Корнилов, 2011], Т.Г. Попова [Попова, 2011, с. 62-65; 2015 (а), с. 217-222; 215 (б), с. 403-404], С.Г. Тер-Минасова [Тер-Минасова, 2000], Л.А. Шкатова [Шкатова, 2000, с. 1007-109; 2021, с. 107-108; 2006, с. 425-430] и других исследователей. Под межкультурной коммуникацией мы, вслед за Т.Г. Поповой [Попова, 2024, с.311] понимаем «общение между представителями различных культур, что означает как личные контакты между людьми, так и самые различные опосредованные формы коммуникации, к примеру, письменность и массовая коммуникация. Такое широкое толкование послужило причиной того, что представители самых различных парадигм знаний находят свои предметы и объекты междисциплинарных исследований в рамках межкультурной коммуникации».

В вопросах, имеющих отношение к межкультурной коммуникации, на передний план выступает тема языка, сознания, коммуникации и культуры, поэтому обратимся к научному труду Т.Г. Поповой [Попова, 2015, с.219], Ученый в своей работе, посвященной вопросам межкультурной коммуникации и проблемам перевода, подчеркивает, что «язык и культура взаимосвязаны в коммуникативных процессах. Эта связь проявляется не только в семантике и дифференциации языка по разным параметрам, но и в том, что культура обуславливает национальную специфику коммуникативного поведения человека. Культура имеет свое отражение в речи и языке. В речи почти все социально-культурные факторы находят свое опосредованное отражение. Речь чутко реагирует на все противоречивые явления культуры. Язык же включает в свою систему лишь часть речевых единиц, в которых отразились факты национальной культуры».

Таким образом, межкультурная коммуникация во взаимоотношении с переводоведением связана, в том числе, и с синхронным переводом, видом устного двустороннего или одностороннего перевода, который осуществляется в условиях острого дефицита времени с визуальной опорой или без нее, с использованием специальной аппаратуры или без нее.

Само появление обсуждаемого нами вида перевода было вызвано с насущной необходимостью передачи информации одновременно нескольким группам людей. Такое

знаменательное событие произошло на VI конгрессе Коминтерна 1928 году. Вместе с тем, следует отметить, что на профессиональном уровне синхронный перевод начали использовать на Нюрнбергском процессе в 1945-1946 гг.

Синхронный перевод востребован в таких международных организациях, как ЕС, ООН, ОБСЕ, НАТО и так далее. В этих организациях имеются специальные службы перевода, обеспечивающие мероприятия, а также осуществляющих контроль за деятельностью переводчиков. Синхронный перевод представляет собой один из видов ПД (переводческой деятельности), отличающихся от других видов ПД когнитивной работой переводчика по трансформационному и интерпретационному параметрам. В этой связи следует отметить, что в основном они определяются большей глубиной и масштабностью по сравнению с письменным и устным последовательным видами перевода.

В процессе синхронного перевода переводчик выступает в роли интерпретирующего интенцию отправителя сообщения, закодированного с использованием выразительных и изобразительных средств, а также ресурсов ИЯ (исходного языка). Переводчик-синхронист, опираясь на языковую и лингвострановедческую компетенцию, а также фоновые знания, принимает решение относительно масштаба смыслового и выразительного выбора на языке перевода. Психолингвистический и психофизиологический анализ позволяет установить, что при росте негативной стрессогенной нагрузки диапазон переводческих решений расширяется в сторону смыслового обобщения.

Языковые аспекты синхронно-переводческой деятельности связаны как с языковыми особенностями той или иной пары языков, так и с различными приемами, позволяющими переводчику обрабатывать ИТ (исходный текст) с той целью, что нужно передать смысл на языке перевода, при этом не теряя и не искажая его смысл [см., например, Кузнецова, Метковская, 2012; Петрова, 2006; Пилосян, 2016].

Таким образом, рассмотрев синхронный перевод как средство межкультурной коммуникации, мы можем сделать вывод о том, что любой акт межкультурной и межъязыковой коммуникации зависит от того, на каком уровне получатель информации воспринимает ту или иную мысль адресанта. Говоря иными словами, мы имеем в виду то, что языковые средства, примененные для формулирования мысли отправителем информационного сообщения, в том числе, и несущего межкультурную информацию, будут непременно оказывать определенное воздействие на степень ее понимания адресатом. Однако при этом нельзя забывать, что на понимание реципиентом послания адресата кроме лингвистических средств исходного языка будут оказывать существенное влияние также и другие факторы. Среди этих факторов, например, можно выделить субъективное отношение к автору информационного послания, знания ИЯ (исходного языка) реципиентом, его опыт в данной конкретной теме, знание основ межкультурной коммуникации и т.д.

Список литературы

1. Воркачев, С. Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической модели в языкознании // Филологические науки. – 2001. – № 1. – С. 64-72.
2. Корнилов, О. А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. – М. : Изд-во КДУ, 2011. – С. 350.
3. Кузнецова, И. Н. Механизм речевой компрессии в процессе синхронного перевода / И. Н. Кузнецова, А. И. Метковская // Экология Центрально-Черноземной области Российской Федерации. – 2012. – №1(28). – С.60-68.
4. Петрова, Е. С. Автокоррекция переводчика и принцип дистанцирования // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. – 2006. – № 2. – С. 83-89.

5. Пилосян, К. К. Особенности синхронного перевода // Вестник международного института рынка. – 2016. – С.173-176.
6. Попова, Т. Г. Культурологическая концепция перевода и проблемы межкультурной коммуникации // Иностранные языки в высшей школе. – 2011. – № 1 (16). – С. 62-65.
7. Попова, Т. Г. Межкультурная коммуникация и проблемы перевода // Язык, литература и культура как грани межкультурного общения : Материалы международного научного семинара. Прага, 2015 (а). – С. 217-222.
8. Попова, Т. Г. Перевод как взаимодействие культур // Международный журнал экспериментального образования. – 2015. – № 12–3. – С. 403-404.
9. Попова, Т. Г. Межкультурная коммуникация и ее прагматический характер // Новое общество в XXI веке. Сборник материалов VII Всероссийского (с международным участием) научно-практического форума. – М., 2024. – С. 310-314.
10. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М: Наука, 2000. – С. 165.
11. Шкатова, Л. А. Национально-культурные стереотипы поведения и их отражение в фольклоре // Динамика фольклорной традиции на современном Урале. – Челябинск, 2000. – С. 107-109.
12. Шкатова, Л. А. Лингвокультурологический аспект фольклора // Первые Лазаревские чтения. – Челябинск, 2001. – С. 107-108.
13. Шкатова, Л. А. Народная культура и культура народа: осознание и самопознание // Третьи Лазаревские чтения: Традиционная культура сегодня : теория и практика. – Челябинск, 2006. – Т. 2. – С. 425-430.

С. К. ВИДИШЕВА, Т. В. СИТНИКОВА
Белорусский государственный университет
(Минск, Беларусь)

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СВОБОДНОГО АССОЦИАТИВНОГО МЕТОДА
ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СЕМАНТИЧЕСКОЙ ОСВОЕННОСТИ
ЗАЙМСТВОВАННЫХ КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕРМИНОВ**

**THE USE OF FREE ASSOCIATIVE METHOD FOR ESTIMATION
OF SEMANTIC ASSIMILATION OF LOAN COMPUTER TERMS**

Аннотация

В статье рассматривается использование свободного ассоциативного эксперимента для определения семантических связей между заимствованными терминами компьютерной области принимаемым языком. В процессе данного эксперимента рассчитывают семантическую близость по схожести и совпадению полученных ответов, что и является главным критерием определения таких связей между разными словами или терминами. Для исследования использовался свободный ассоциативный эксперимент по методике Ю.Н. Караулова, которая позволяет выявить особенности и процессы, которые происходят в индивидуальном языковом сознании. Также в данной статье приводятся некоторые примеры и полученные результаты. При анализе результатов ассоциативного эксперимента учитывались как количественные, так и качественные

характеристики, что позволило установить соответствующие особенности и механизмы в изучении семантических освоенностей компьютерных терминов.

Abstract

The article deals with the use of a free associative experiment to estimate the semantic connections between loan terms of the computer field by the adopted language. During this experiment, semantic proximity is calculated based on the similarity and coincidence of the responses received, which is the main criterion for determining such connections between different words or terms. For the study, a free associative experiment was used according to the method of Yu.N. Karaulov, which allows us to identify the features and processes that occur in the individual linguistic consciousness. Some examples and results obtained are also given here. When analyzing the results of the associative experiment, both quantitative and qualitative characteristics were taken into account, which made it possible to establish the corresponding features and mechanisms in the study of semantic mastery of computer terms.

Ключевые слова: компьютерные термины, свободный ассоциативный эксперимент, семантика, заимствованные термины, семантические отношения, язык.

Keywords: computer terms, a free associative experiment, semantics, loan terms, semantic relations, language

В настоящее время в лингвистике для исследований различных явлений все чаще применяют ассоциативный эксперимент, ориентированный на обнаружение ассоциаций, которые были приобретены индивидом в его прошлом опыте.

Основная идея ассоциативного эксперимента заключается, прежде всего, в определении психологического элемента в значении слова либо предмета. В процессе данного эксперимента рассчитывают семантическую близость по схожести и совпадению полученных ответов, что определяет семантическую связь между разными словами или терминами. В нашем случае для исследования семантической освоенности компьютерной терминологии использовался свободный ассоциативный эксперимент (САЭ) по методике Ю.Н. Караулова. Такая методика, в отличие от других, способна определить особенности и процессы, которые происходят в индивидуальном языковом сознании. Для участия в эксперименте количество испытуемых не ограничивается, и это предполагает получение неплохих результатов для проведения различных анализов для поставленных целей.

Ввиду стремительного развития компьютерных технологий и появления новых продуктов данной области, меняется и образ мышления языкового индивида. И свободный ассоциативный эксперимент (САЭ) даёт нам возможность понять и проанализировать этот сложный процесс [Видишева, 2013, с. 80]. Процедура САЭ состоит из нескольких этапов. На бланке заранее готовится список слов, на которые испытуемые должны дать реакции-ассоциации, первые возникшие в их мыслях. Данный эксперимент можно проводить в письменной либо устной форме индивидуально, или с 10-20 испытуемыми.

В психолингвистическом эксперименте используются такие понятия, как S (стимул) и R (реакция респондентов), между которыми выстраиваются отношения (связи): S→R. Под стимулом можно трактовать как сам стимульный материал, так и данный материал вместе с условиями проведения эксперимента (например, заданиями).

Для нашего исследования семантической освоенности иноязычных компьютерных терминов были использованы официальные источники энциклопедической направленности и словари, а также обращались за консультациями к специалистам компьютерной области знания. Чтобы достичь точного эксперимента, обращали внимание на те слова-стимулы, которые могли бы быть и специальными, и общеупотребительными (вирус, база и т. д.). Анализируя полученные результаты эксперимента, рассматривались как ко-

личественные, так и качественные показатели. Что касается количественных показателей, то они определяют степень однотипности или разнородности полученных реакций на слово-стимул, и на их возможность образования. Таким образом, можно выявить стереотипные – наиболее часто возникающие, и единичные – нетипичные реакции.

По окончании эксперимента и получения данных, происходила обработка этих данных, разместив их в таблицы по каждой группе респондентов, которые участвовали в эксперименте. Слова-ассоциации размещали по убыванию их частотности появления в ответах испытуемых. Единичные или нетипичные ответы привели в алфавитный порядок: вначале на русском, а далее на английском языках. Далее сводились итоговое количество реакций; количество слов-реакций некомпьютерной области; количество компьютерных слов-реакций и количество отказов от ответа.

Анализируя полученные данные эксперимента можно сделать некоторые выводы о происходящих процессах ассоциирования. Как отмечает А.А. Леонтьев, первая полученная реакция на слово-стимул показывает речевую синтагматику. Следующая реакция является языковым шаблоном или стереотипом. Далее следует реакция, в которой проявляются такие закономерности, как системные языковые отношения.

Согласно Ю.Н. Караулову, семантические отношения между словами зависят от количества видов данных связей: если число достигает 50-60, то реальное количество семантических связей составит около половины их числа в языке. Приведем пример связей между стимулом и реакцией (S–R) в словарной статье слова папка:

1. синонимическое обозначение признака: документ, документы, отец, каталог;
2. антонимическое обозначение признака:
папка – мамка;
3. носитель признака в модели двух слов: бумажная, жёлтая, картонная, красная, новая, рабочая;
4. созвучное варьирование, основанное на рифме: папка – шапка;
5. отрицательный признак: пустая;
6. предназначение признака: для бумаг, место хранения, по работе с бумагами, хранилище;
7. метонимическое варьирование признака: с бумагами, с музыкой, с файлом;
8. сопутствующая степень признака: много бумаги, очень много;
9. результат применения признака: *книга*;
10. грамматическое варьирование отрицательного признака: пусто;
11. тематическое варьирование признака: компьютер, в компьютере, файл, файлы, данные, file system, фолдер, folder, рабочий стол, файлов, New folder 1, и т.д.

Согласно Ю.Н. Караулову, семантическую структуру ассоциативного поля можно определить, сравнив значение стимула со словарным. Часто среди реакций проявляются образцы, зафиксированные в толковых словарях. Т. Ф. Ефремова в своем словаре для лексической единицы папка приводит следующие значения (рядом с реакциями в скобках дается количество полученных ответов с такими значениями):

1. а) картонная обложка для хранения бумаг, рисунков и т.п.
картонная(1), место хранения(1), для бумаг(2);
б) что-л. упакованное, положенное в такую папку: диссертация(1), доклад(1), документ(5), документы(17), тетради(1), бумага(7), много бумаги, очень много(1); канцтовары(1);
2. сорт толстого картона; картон такого сорта: картонная(1);
3. м. разг.-сниж. То же, что папа: отец(1).

Таким образом, очевидно по значениям, приведённых выше примеров, что они возникают и в реакциях. «Остатки» реакций, которые характеризуют когнитивный уровень

языкового восприятия и выступают, как единицы «картины мира», в данном случае выступают в роли профессионализмов: *file system, folder, new folder, C++, Cin, cout, costream, deadlock, ifstream, iostream*.

Таким образом, применение материалов ассоциативных словарей позволяет установить соответствующие особенности и механизмы в изучении семантических изменений, языковых воздействий и речевого поведения, а также новые типовые ассоциативные связи.

Список литературы

1. Видишева, С. К. Ассоциативный эксперимент и лингвистический анализ данных (на примере компьютерной терминологии) // Современное социально-гуманитарное знание в России и за рубежом: материалы второй заочной междунар. науч.-практ. конф. (25–28 февраля 2013 г.): в 4 ч. Ч. 3. Филология, лингвистика, современные иностранные языки, психология, социология и социальная работа, история и музейное дело / науч. ред. К.В. Патырбаева, А.В. Попов, Е.Ю. Мазур; Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – Пермь, 2013. – С. 246. – URL : http://www.psu.ru/files/docs/science/books/sborniki/sovrem-soc-gum-znaniye-fev-2013_3.pdf#5
2. Волковинская, Н. А. Корреляция лексикографического и психолингвистического моделирования семантической области (на материале английского языка) языка : дис. ... канд. филол. наук. – Минск, 2018. – С. 190.
3. Дербишева, З. К. Ключевые концепты кыргызской лингвокультуры. – М.: Изд-во «ФЛИНТА», 2015. – С. 116.
4. Ефремова, Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. – М. : Русский язык, 2000.
5. Петрунин, В. О. Психолингвистика : Электронное учебное пособие. – СПб., 2009. – С. 216.
6. Юхмина, Е. А. Адаптация англоязычных компьютерных терминов к лексической системе русского языка : дис. ... канд. филол. наук. – Челябинск, 2009. – С. 237.
7. Ягунова, Е. В. Эксперимент в психолингвистике : Конспекты лекций и методические рекомендации. Учебное пособие для вузов. – СПб. : Изд-во «Остров», 2005. – С. 51.

Ю. А. ГИМРАНОВА

Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет
(Челябинск, Россия)

ЛИТЕРАТУРНОЕ ТВОРЧЕСТВО КАК СПОСОБ НАЛАДИТЬ КОММУНИКАЦИЮ ДЛЯ КОНСТРУКТИВНОГО ДИАЛОГА: НА ПРИМЕРЕ ОБЗОРА ПРОИЗВЕДЕНИЙ ЧЕЛЯБИНСКОГО ПИСАТЕЛЯ А. Е. ПОПОВА

LITERARY CREATIVITY AS A WAY TO ESTABLISH COMMUNICATION FOR CONSTRUCTIVE DIALOGUE: ON THE EXAMPLE OF A REVIEW OF THE WORKS OF CHELYABINSK WRITER A. E. POPOV

Аннотация

В обзорной статье рассматривается прозаическое и лирическое творчество уральского писателя, директора физико-математического лицея № 31 города Челябинска

Александра Евгеньевича Попова. В работе поднимается вопрос об особенностях писательского метода и художественной системы Попова, его способности наладить коммуникацию для конструктивного диалога с родителями школьников и учениками с помощью своих художественных произведений. Доказано, что установка на ироническое переосмысление действительности, на юмористическое восприятие реальности является ведущей в произведениях Попова. Игра с читателем происходит на уровне содержания, жанровой номинации, а также с помощью интертекстуальности текстов современного писателя. В работе показано, что Попов использует интертекстуальные отсылки, аллюзии, реминисценции, паратекстуальность, архитекстуальность, а также ономастические цитаты. Подчеркивается, что современный автор тяготеет к афористичности, а также к философским размышлениям вне зависимости от жанра своего текста. Новизна статьи состоит в неисследованности творческого наследия А. Е. Попова. Актуальность исследования также обусловлена непреходящим читательским интересом к личности и деятельности директора одного из лучших лицеев России.

Abstract

The review article examines the prose and lyrical work of the Ural writer, director of the Physics and Mathematics Lyceum No. 31 of the city of Chelyabinsk, Alexander Evgenievich Popov. The work raises the question of the peculiarities of Popov's writing method and artistic system, his ability to establish communication for a constructive dialogue with schoolchildren's parents and students through his artistic works. It has been proven that the focus on an ironic rethinking of reality, on a humorous perception of reality is the leading one in Popov's works. The game with the reader occurs at the level of content, genre nomination, and also through the intertextuality of the texts of a modern writer. The work shows that Popov uses intertextual references, allusions, reminiscences, paratextuality, architextuality, as well as onomastic quotes. It is emphasized that the modern author gravitates towards aphorism, as well as philosophical reflections, regardless of the genre of his text. The novelty of the article lies in the lack of research into the creative heritage of A. E. Popov. The relevance of the study is also due to the enduring reader interest in the personality and activities of the director of one of the best lyceums in Russia.

Ключевые слова: коммуникация; Челябинск; Александр Евгеньевич Попов; директор; ирония; игра с читателем; афористичность; интертекстуальность.

Keywords: communication; Chelyabinsk; Alexander Evgenievich Popov; director; irony; game with the reader; aphorism; intertextuality.

Александр Евгеньевич Попов (род. 02.04.1949) – заслуженный учитель Российской Федерации, почетный гражданин столицы Южного Урала с 2015 года, член союза писателей России, поэт, прозаик, а также директор физико-математического лицея № 31 г. Челябинска. Тяжело описать разносторонность этого человека одним предложением, ведь это не только талантливый педагог, но и увлеченный своим делом творец, который стремится преобразить жизнь окружающих установкой памятников (ставший уже знаменитым памятник Дон Кихоту возле лицея, открытие памятника математике, представленной в виде монумента известному ученому Гр. Перельману), проведением культурных мероприятий международного уровня (культурно-просветительский проект «Открытая книга»), организацией театральной лаборатории «Метро», подготовкой учеников-победителей олимпиад и пр.

О человеческих качествах директора физико-математического лицея писал Захар Прилепин в своем живом журнале: «Он [Попов – Ю. А.] и на самом деле такой – работает с утра до ночи, и школу свою держит, и охраняет от всякой дури, а всякому благу усиленно способствует. Так не бывает, но так бывает. В отдельно взятом окопе» [ЖЖ].

Попов, активно публикуемый писатель с 1997 года. Его тексты появляются на страницах журналов «Юность», «Графоман», газетах «Первое сентября», «Учительская газета», а некоторые даже ставятся театральными студиями (постановка моноспектакля «Алиби» в Челябинском камерном театре режиссером Т. Гечечиладзе).

Несмотря на математический склад ума Попов-писатель тяготеет к лирике и философичности. Многие тексты посвящены математическому взгляду на жизнь и предметы в целом. Например, циклы «Треугольничество», «Хулиганские Дробы», «Пуговица Колмогорова». Современный автор часто использует необычные жанровые номинации для своих текстов: объявления, задачи, записки, «взрослая» сказка, блицы, sms-ки. Игра с жанрами становится для Попова нормой, он стремится переделать каноны, чтобы представить работу с художественным текстом в виде математической задачи, которую необходимо разложить на составляющие и найти неизвестное. Синкретичность жанров произведений Попова реализуется не только в сплетении лирики, эпоса и драмы внутри одного текста, но и в переработке способов письма, активной работой с иллюстративным материалом, сопровождающим текст, привлечением цифр в художественное произведение, а также в публицистичной направленности, диалогичности его произведений.

А. Е. Попов, как и многие современные писатели, тяготеет к малой прозе: небольшим по объему, но с завершенной композицией и содержанием. Е. В. Харитоновна отмечает: «... также следует учитывать рецептивный аспект – подразумевается, что малая проза воспринимается читателем одновременно, единым актом. Жанровый диапазон произведений, относимых к малой прозе, достаточно широк, а их стилевые грани множественны» [Харитоновна, 2018, с. 135].

По классификации, представленной в диссертации М. Н. Лебедевой, Попов прибегает как к редукции уже имеющихся жанров, так и к публикации «кратких нелитературных текстов (комментарии, заметки и т.д.)» [Лебедева, 2016, с. 3-4]. Среди текстов А. Е. Попова сложно выделить традиционные жанры, о чем писалось выше. Таблица, представленная ниже, дает общую картину литературного наследия А. Е. Попова (в таблице (табл. 1) указаны тексты, получившие широкую известность, но творчество челябинского писателя не ограничивается перечисленными произведениями).

Таблица 1

Публикации А. Е. Попова

Дата публикации	Название
Очерки из педагогического опыта	
1997 г.	«И педагогическое многообразие»
2000 г.	«Педагогическая азбука»
2017 г.	«Скоро педагогическая помощь»
Прозаические сборники (рассказов)	
2000 г.	«Будни»
2008 г.	«SMS»
2009 г.	«SMS: сотовые камушки»
2010 г.	«Вечерние ворчания»
2012 г.	«На высоте поцелуя: новеллы, миниатюры, фантазии»
2013 г.	«Восьмая нота»
2014 г.	«Проза дождя»
2014 г.	«Взрослые сказки»
2015 г.	«Судный день»
2015 г.	«Вещи товарищи»
2015 г.	«Пальцы по вторникам»
2016 г.	«Я из прошлого проездом»

2017 г.	«Газоны глаз»
2018 г.	«Дом мой благодатный»
Поэтические сборники	
2001 г.	«Три осени»
2002 г.	«Люди-овны»
2004 г.	«Две ноты»
2004 г.	«Кольцо на снегу»
2006 г.	«Райские яблочки»
2007 г.	«Соседи по свету. Дерево, полное птиц»
2017 г.	«Я из прошлого проездом»
2019 г.	«Сок бузины»
2019 г.	«Перекладина до подбородка»
Математические этюды	
2011 г.	«Хулиганские дроби» (в соавторстве с Ю. Хазиной)
2016 г.	«Треугольничество»
2009 г.	«Мамаматематика»
2018 г.	«Пуговица Колмогорова»
Короткие анекдотические тексты	
2011 г.	«Доска объявлений»
2018 г.	«Блицы»
2022 г.	«Сантехник из Стокгольма»
Дневники	
2013 г.	«Дневник директора школы»
2013 г.	«Вовкин дневник»
2019 г.	«Дневник Аллы Точилкиной»
2022 г.	«Просто Попов: дневник»
Краеведческие очерки	
2010 г.	«Легенды и мифы Челябинска»
2020 г.	«Сутки. Чу-гун»

Начав творческий путь с текстов, посвященных педагогическому опыту, Попов возвращается к этой теме на протяжении всего писательского пути и, думаем, вернется еще не раз. В каждом сборнике присутствует проблематика наставничества, учительства не только в школе, но и в жизни. В одном из интервью директор Попов сказал следующее: «Я каждый день какие-нибудь занятия да провожу. И на уроках математики, если учитель заболел, заменяю. И с маленькими, которые в нашу школу должны прийти. Все директора разные – кто-то из хозяйственников, кто-то из финансистов, кто из организаторов пришел. А я из учителей и продолжаю быть учителем. Я каждый день занимаюсь учительством» [Zenon74].

Но все-таки для Попова-писателя на первом месте стоит лирическое содержание его текстов. Ни в коем случае не претендуя на единственную точку зрения по проблеме обучения подрастающего поколения, современный писатель собирает в своих текстах истории из жизни, которые открывают философский взгляд на бытие. Так, очередная выдача аттестатов выпускникам школы наталкивает директора задуматься о границах детства, о наступлении неминуемого взросления: «Я бы лучшим ученикам не аттестаты зрелости выдавал, они для неудачников. Мне бы справки подписывать: “На зрелость не аттестован, талантлив”. А вот если загубит дар божий, тогда пожалуйста в школу за аттестатом презренной зрелости. Там, где заканчивается детство, начинается ошибка» [Попов, 2013, с. 111].

Прибегая к дневниковым записям, Попов играет с читателем: дневник как основной документ учащегося и как ежедневная запись мыслей человека. Жанр дневниковых записей необходим, чтобы выразить глубокие душевные переживания, что, собственно,

является прямой целью данного способа организации литературного текста. Выбирая определенное альтер-эго: директора школы, Вовки (интертекстуальная отсылка к знаменитому Вовочке из анекдотов), молодой учительницы с говорящей фамилией Точилкина (Алла Точилкина – известный в Челябинске деятель культуры, актриса театра), просто Попова-человека – писатель философски размышляет о смысле жизни, о труде, о профессиональном выгорании, о детях, о будущем.

Тематика «Дневника директора школы» (2013 г.) обширна, но за каждым размышлением прячется философский подтекст. Писатель задумывается сразу обо всем: о современной бюрократической системе, о политических переменах в обществе, о реформировании образования, о любви и пр. Попов пишет о жизни, поэтому конкретную тематику определить довольно тяжело, но именно эта черта делает его произведения уникальными, ведь в краткой форме ежедневных записей он размышляет, ставит вопросы перед читателем, на некоторые дает ответы.

Запись в дневнике учителя школы от 3 сентября: «Пожаловал следователь по поводу пропавших у учащихся сотовых. Спросил об уровне образования, национальностью поинтересовался, записал домашний адрес и исчез. Милиция давно взяла на себя функции статистических бюро» [Попов, 2013, с. 9]. Данная запись, с одной стороны, иронично намекает на те претензии властей к директору лицея, дошедшие до судебного разбирательства¹, с другой стороны – отражает действительность, в которой мы все живем. Реальные истории, которые легли в годовой дневник директора школы, помогают открыть для читателя мир талантливого педагогического работника, наполненный переживаниями об учащихся, друзьях, родных и простых сограждан.

«Вовкин дневник» (2013 г.) представляет читателю взгляд ребенка, вредного взбаломошного мальчишки, который, видя реальность, пытается ее осознать. Прячась за маской Вовочки, знаменитого анекдотического героя, Попов позволяет себе «шалости», на которые директор лицея бы не решился: «Самое страшное в школе – ЕГЭ. Я думаю, что он муж бабы Яги» [Попов, 2013, с. 32].

Опубликованный не так давно «Просто Попов (дневник)» (2022 г.) продолжает уже ставшую для писателя традицию ведения разговора с читателем с помощью дневниковых записей. В данном сборнике перед нами предстает Попов-человек и его афористические мысли, максимы. Ежедневной записи и структурированности текста, как в предыдущих дневниках уже нет, каждое изречение пишется под звездочками, без датировки и заголовков: «У луны, у солнца масок нет, им Господь на лица облака выдал» [Попов, 2022, с. 9], «Талант – самое тяжкое уголовное преступление» [Попов, 2022, с. 14], «Мама – тыл, нет мамы – фронт кругом» [Попов, 2022, с. 39], «Оценки – цепи, дети, оцененные специалистами среднего образования – собачки на привязи» [Попов, 2022, с. 52].

Возраст, положение и статус позволяют автору прибегать к жанру максим, продолжать традицию, начало которой положил Ф. де Ларошфуко. Философские афористические высказывания Попова, по сути, являются моральными правилами, принципами поведения эрудированного, интеллигентного человека в современном обществе. Отточенность, емкость и парадоксальность как основные качества классических максим, несомненно, относятся и к заметкам челябинского автора. Но еще одной ведущей чертой дневников Попова является их ироничность, направленная как на самого автора, как и на весь окружающий мир. Целью автора является не осмеяние, а, скорее, принятие: писатель иронизирует, пытаясь принять действительность сегодняшнего времени: «В углах вершины, родители и учителя, не забывайте детей ставить в угол!» [Попов, 2019, с. 27].

¹ Подробнее об этом можно почитать на странице «Челябинск-онлайн»: <https://74.ru/text/gorod/2013/08/15/59397951/>

Прозаические сборники Попова также отличает ироничность и диалогичность письма. Современный автор пишет так, будто продолжает прерванную беседу. Если обратимся к сборнику новелл «Я из прошлого проездом» (2016 г.) то, заметим, что каждый текст начинается не с традиционного начала, а с условной середины. Представим первые предложения некоторых новелл в таблице (табл. 2).

Таблица 2

Начальное предложение новелл сборника «Я из прошлого проездом»

Название новеллы	Цитата первой строки текста
«Сад камней»	«Виной всему пятнадцать: камней, несвиданий, разлук» [Попов, 2016, с. 18]
«Сигарета не с того конца»	«Она пришла из прошлого прощать в плаще с потухшей сигаретой» [Попов, 2016, с. 32]
«Адажио дождя»	«И он явился: и мудро, и щедро, и по-царски...» [Попов, 2016, с. 46]
«Слово с асфальта»	«А из той осени так и не вышел, там не было дверей» [Попов, 2016, с. 54]
«Чехов бы понял»	«Живу так, будто все вернется: молодость, муж, ужин на двоих» [Попов, 2016, с. 72]

Такой незаконченный диалог с читателем переходит из сборника в сборник, из произведения в произведение. Автору важно драматургично выстроить свой текст, знать и чувствовать своего зрителя, ему необходимо отчетливо представлять адресата, ведь только в диалоге может рождаться что-то новое. Не случайно многие свои тексты Попов любит зачитывать со сцены: на торжественных линейках, на собраниях, на разнообразных открытиях (памятников, кабинетов и пр.).

Так, всем известные исторические события у Попова трансформируются, становятся уникальными. Автор играет с читателем выдуманными случаями, но реальными именами, художественно переосмысливает действительность. В сборнике «На высоте поцелуя» (2012 г.) он так представляет трагическую гибель А. де Сент-Экзюпери:

«У Экзюпери был друг, который всю свою жизнь посвятил поиску самого вкусного поцелуя на свете. В 1944 году, перед вылетом Экзюпери на боевое задание, друг открыл ему великую тайну.

– Антуан, поверь мне, вкуснее воды поцелуя нет и быть не может.

Экзюпери с того полета не вернулся. Губы Средиземного моря решили не отдавать людям автора “Маленького принца”» [Попов, 2012, с. 17].

Тема любви также не остается не раскрытой Поповым. В сборнике «Пальцы по вторникам» (2015 г.) перед читателем предстает взгляд меланхоличного, рефлексирующего мужчины, который часто остается непонятым ни возлюбленной, ни окружающими. Он пытается выразить все те чувства, что накопились в его душе, но остается одинок. Прозаические тексты сборника перемешаны с поэтическими, а иногда внутри рассказа предстает кусок ритмизованной прозы. Графическое оформление текстов сборника также подчеркивает его поэтичность:

Если болит ребро, не пойду к врачу.

Если оно болит, значит, Ева вернулась домой.

Если болит ребро, значит, мужчин не осталось в раю. [Попов, 2015, с.12]

Утро
 Как глупо
 Купил цветок вот и поступок
 Купил укрой в кашне
 Люби и вообще
 Его тонкую дрожь
 Ощути ненароком
 Ощути и поймешь
 Марта роскошь под боком [Попов, 2015, с. 23]

Тема любви превалирует в сборнике «SMS Сотовые камушки» (2009 г.), содержание которого – это переписка с помощью мобильного телефона двух влюбленных: «06.06.09:47 В тебе так много боли от своего несовершенства. И зря, рядом с тобой полюблишь жизнь в мелких деталях. Ты не понимаешь, какой свет в тебе» [Попов, 2009, с. 15]. История любви двух людей при помощи столь краткой записи смс-сообщений раскрывается перед читателем, и мы понимаем, что перед нами не любовь временная, а настоящая, выстраданная, способная преодолеть многие препятствия.

Лирика Попова также содержит в себе философские раздумья о жизни человеческой, в целом, об отношениях между человеком и мирозданием, в частности. Основным приемом в лирике поэта является паронимическая аттракция, не случайно ориентирами для автора служит художественное наследие Пастернака, Мандельштама, Бальмонта, Цветаевой. Доказательство этому мы можем найти в стихотворении «Звезды – взорванные луны»:

 Звезды – взорванные луны,
 Лепет бабочек ночной
 И оркестр многострунный
 Комаров в дали речной.
 Ленты лодок на причале,
 Колыбельный зов волны,
 Совы где-то прокричали
 В звезды взорванной луны. [Попов, 2017, с. 13]

Активная звукопись вкупе с аттракцией в стихотворении дает полное погружение в описываемое бытие: звездная ночь на берегу реки, крики совы и писк комаров представленный в художественной призме автора в виде оркестра.

Татьяна Кучина, профессор Ярославского педагогического университета, в предисловии к лирическому сборнику «Я из прошлого проездом» (2017 г.) обращает внимание на «отчетливую пульсацию времени» в лирике Попова. Действительно, время присутствует во всех текстах, но оно не имеет четко очерченных рамок: это времена года, времена суток, а не конкретные даты. Автору показатель времени необходим не как фиксация данных, а как ощущение сопричастности жизни.

 Тайны зимы взломают
 Лохматые толпы вод,
 Люди земли не знают,
 Завтра она взойдет. [Попов, 2017, с. 67]

 Утро. Семь.
 Нотам грустно,
 Осень.ю сирень –

Явление русское.
Синеву эту раненую
Эмигранты зовут
Снегами Рахманинова. [Попов, 2019, с. 44]

Активное использование цветописи также является ведущей характеристикой лирики Попова: «синева небес», «газоны глаз», «седые иглы сосен», «молоко метелей». Причем, автор прибегает не просто к констатации цвета описываемого явления, но и к дополнительной смысловой нагрузке, заключенной в метафорах цветообозначений.

Не вписывающиеся в жанровые каноны тексты («Хулиганские дроби», «Доска объявлений», «Треугольничество», «Взрослые сказки» и т.д.) Попова подчиняются одной целевой установке: ироничная игра с читателем. Писателю важно низвергнуть классическое восприятие жанра объявлений, математической задачи, сказки, заметок и пр. в небытие, выстроить новую реальность, в которой дроби могут быть хулиганскими, сантехник из Стокгольма может вздыхать по русской литературе, учитель дает объявление: «Учу без ущерба наступать на грабли» [Попов, 2011, с. 46], а «Сказка про микроскоп» состоит только из одного предложения: «Микробам надоело разглядывать глаз» [Попов, 2014, с. 136]. Анекдотичность таких текстов вызывает неподдельный читательский интерес, ведь перед нами предстает не просто директор школы, а автор юморесок в широком смысле слова, способный рассмешить читателя, представляющий разговор о серьезном и безотлагательном легко и с юмором.

Творчество А. Е. Попова как лирическое, так и прозаическое проникнуто отсылками и переключками с культурным пространством России и зарубежья. Автор прибегает к нескольким видам интертекстуальности по типологии Н. А. Фатеевой.

Наиболее частые переключки достигаются с помощью ономастических цитат и аллюзий. Попов часто упоминает фамилии известных писателей, поэтов, вспоминает об событиях, сыгравших важную роль в ходе истории. Мебиус, Шредингер, Пушкин, Лермонтов, Толстой, Чехов, Пастернак, Мандельштам, Ахматова, Зощенко, Каплер, Брежнев, Хрущев – вот далеко не полный список фамилий, встречающихся на страницах текстов уральского писателя. Ономастические цитаты встречаются довольно часто, что расширяет горизонт ожидания читателя и выводит текст на более широкий контекст.

Плохо домам без индекса,
Без улиц, остановок автобуса,
Отсутствие у собак синтаксиса
От однобокости хвоста Мебиуса. [Попов, 2019, с. 67]

В данном стихотворении автор обыгрывает ленту Мебиуса, простейшую неориентируемую поверхность, сравнивая ее с хвостом собаки и подчеркивая однобокость и плоскость окружающего пространства.

Иногда припоминание одного образа становится точкой отсчета для создания целого цикла произведений. Например, советский математик, один из основоположников современной теории вероятностей Андрей Николаевич Колмогоров стал отправной точкой в создании сборника «Пуговица Колмогорова» (2018 г.). Тексты, входящие в эту малоформатную книжку, по сути являются занимательными задачами, которые не просто заставляют думать, но и осмысливать прочитанное. Так, задача под названием «Работа руками» начинается с постановки вопроса и условий: «Сколько существует способов пришивания пуговицы четырехглазки к пиджаку?» Заканчивается же философски: «Взрослея, рукам доверять не стоит, ошибаются руки порой. Как любил говорить барон Мюнхаузен: “Что примечательно, голова всегда под рукой”» [Попов, 2018, с. 9–11]. Сборник «Пуговица Колмогорова» содержит в себе паратекстуальность (отсылка к име-

ни в заглавии), а также огромное количество аллюзий внутри текстов к деятельности известного советского математика.

Творчество другого писателя или поэта для Попова являются своеобразной точкой отсчета, вдохновением. Порой воспоминание о каком-то тексте или человеке служит завязкой для размышления. Например, рассказ М. Зощенко «Умирает старик» становится толчком к раздумьям о бренности жизни, о преходящем в «Дневнике директора школы».

Итак, особенностями творческого метода современного уральского (челябинского) писателя А. Е. Попова, художественные тексты которого были нами рассмотрены в обзорной статье, является, во-первых, синкретичность жанровой идентификации художественных текстов. Автор часто совмещает в рамках одного текста черты всех родов литературы. Во-вторых, Попов тяготеет к установке на ироническое осмысление действительности в своих произведениях. Челябинскому писателю важно не критиковать и отталкивать, а принять все сложности окружающей действительности. В-третьих, Попов-писатель стремится к философским обобщениям и афористичности своих высказываний в стихотворениях, в дневниковых записях, даже в анекдотических объявлениях. В-четвертых, в лирике Попова основными приемами являются: паронимическая аттракция, звукопись (аллитерация и ассонанс), а также цветопись, зашифрованная в метафорах. Интертекстуальность, в-пятых, является еще одной особенностью творческого метода писателя. Выраженная в паратекстуальности (ономастические цитаты в заглавии), метатекстуальность (припоминание сюжета), собственно интертекстуальность (ономастическое цитирование, реминисценции, аллюзии) она пронизывает тексты уральского писателя, расширяет круг ожидания читателя и актуализирует философские мысли автора в рамках его текста. С нашей точки зрения, все перечисленные особенности служат налаживанию коммуникации заслуженного педагога с детьми и их родителями, а также для конструктивного диалога со всеми, кто связан с педагогикой.

Источники

1. Попов, А. Е. Взрослые сказки. – Челябинск : Издательство Игоря Розина, 2014. – С. 252.
2. Попов, А. Е. Вовкин дневник. – Челябинск : Изд-во Игоря Розина, 2013. – С. 128.
3. Попов, А. Е. Дневник Аллы Точилкиной. – Челябинск : Типография «Два комсомольца», 2019. – С. 46.
4. Попов, А. Е. Дневник директора школы. – Челябинск : Изд-во Игоря Розина, 2013. – С. 216.
5. Попов, А. Е. Доска объявлений. – Челябинск : ИД «Мой город», 2011. – С. 88.
6. Попов, А. Е. На высоте поцелуя : новеллы, миниатюры, фантазии. – Челябинск : Издательство Игоря Розина, 2012. – С. 96.
7. Попов, А. Е. Пальцы по вторникам. – Челябинск : Изд-во Игоря Розина, 2015. – С. 144.
8. Попов, А. Е. Перекладина до подбородка : стихотворения. – Челябинск : Типография «Два комсомольца», 2019. – С. 78.
9. Попов, А. Е. Просто Попов : дневник. – Челябинск : Библиотека А. Миллера, 2022. – С. 57.
10. Попов, А. Е. Пуговица Колмогорова. – Челябинск : Типография «Два комсомольца», 2018. – С. 36.
11. Попов, А. Е. SMS. Сотовые камушки. – Челябинск : Изд-во Игоря Розина, 2009. – С. 48.
12. Попов, А. Е. Я из прошлого проездом – Санкт-Петербург : журнал «Нева», 2017. – С. 112.

13. Попов, А. Е. Я из прошлого проездом... – Челябинск : Издательство Игоря Розина, 2016. – С. 108.

Список литературы

1. Васильев, И. Е. Проблема периодизации литературы Урала XX века (материалы к предисловию для третьего тома «Истории литератур Урала») // Литература Урала : история и современность : сб. ст. Вып. 6. / под ред. Е. К. Созиной. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2011. – С. 25–38.
2. Гальцева, Л. П. Вчера и сегодня Челябинской писательской организации // Писатели челябинской области : библиогр. справ. – Челябинск : РИК «Редактор», 2018. – С. 4–14.
3. Живой журнал Lupus cerritus. – URL : <https://lupus00.livejournal.com/66120.html>
4. Ларионова, М. Ч. Уральский текст русской литературы // Журнал Фронтальных Исследований. – 2021. – № 2. – С. 130–136.
5. Лебедева, М. Н. Микрожанры современной прозы : автореферат дис. ... канд. филол. наук. – Тверь : Твер. гос. ун-т, 2016. – С. 26.
6. Маштакова, Л. В. Уральский рыцарь символизма : случай С. В. Виноградова // Филологический класс. – 2022. – № 1 (27). – С. 133–146.
7. Перчик, Л. С. Художественная литература Южного Урала : пути становления // Вестник Челябинской государственной академии искусств. – 2007. – № 1 (11). – С. 39–49.
8. Печерская, Т. И. История литературы как научная проблема. Рецензия на книгу: История литературы Урала. XIX век : В 2 кн. // Сибирский филологический журнал. – 2022. – № 1. – С. 345–349.
9. Портал о культуре Zenon74. – URL : <https://zenon74.ru/krug-obsheniya/v-zhizni-yastavlyu-spektakli/>.
10. Семухина, И. А. Региональная литература и история // Филологический класс. – 2013. – № 4 (34). – С. 131–134.
11. Фатеева, Н. А. Типология интертекстуальных элементов и связей в художественной речи // Известия АН Серия литературы и языка. – 1998. – Т. 57. – № 5. – С. 25–38.
12. Харитоновна, Е. В. Малая проза в творчестве современных детских писателей Урала : жанрово-стилевая вариантность // Филологический класс. – 2018. – № 3 (53). – С. 135–141.

С. Ю. ДВИНИНА, А. Т. ЧАБАН

Челябинский государственный университет
(Челябинск, Россия)

**ЗНАЧЕНИЕ НЕВЕРБАЛЬНЫХ СРЕДСТВ ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ
В БРИТАНСКОМ ХУДОЖЕСТВЕННОМ КОРОТКОМЕТРАЖНОМ
ФИЛЬМЕ «INSEPARABLE» РЕЖИССЕРА НИКА УАЙТА**

**IMPORTANCE OF NON-VERBAL EXPRESSION MEANS IN BRITISH
SHORT FEATURE FILM “INSEPARABLE” DIRECTED BY NICK WHITE**

Аннотация

Статья посвящена анализу невербальных (кинематографических) средств художественной выразительности в британском короткометражном фильме «Inseparable» режиссера Ника Уайта. В работе рассматривается знаковая природа кинодискурса, а также обосновывается использование понятия «кинодискурс» для иностранного фильма в рамках межкультурной коммуникации, при этом приводятся мнения о минимальной смысловой единице кинодискурса. В данной работе такой единицей считается кадр. Делается акцент на синтаксической организации кинофильма, разбираются виды монтажа. Показывается важность учета экстралингвистических факторов при постижении смысла кинофильма. В анализе средств художественной выразительности ключевая роль отводится пространственной организации. При этом показывается, как пространство события, экспрессивное пространство и символическое пространство взаимодействуют и таким образом служат идеи фильма. Отдельно анализируется символическая природа названия.

Abstract

The article analyzes non-verbal (cinematic) means of artistic expression in the British short film “Inseparable” directed by Nick White. The work examines the symbolic nature of film discourse, and substantiates the use of the concept “film discourse” for a foreign film in the framework of intercultural communication. It also provides opinions on the minimum semantic unit of film discourse. This work considers a shot such a unit. The study places emphasis on the syntactic organization of the film, and analyzes types of editing. The work shows the importance of extralinguistic factors in comprehending the meaning of a film. The research gives a key role to spatial organization while analyzing the means of artistic expression. At the same time, it is shown how the space of the event, expressive space and symbolic space interact and thus serve the idea of the film. The work also analyzes the symbolic nature of the film title.

Ключевые слова: кинодискурс, монтаж, кадр, пространство, колористика, короткометражный художественный фильм.

Keywords: film discourse, editing, shot, space, coloristics, short feature film.

Кинодискурс – это синтез разных типов знаков, которые сосуществуют в едином смысловом, функциональном и структурном пространстве [Зайченко, 2011]. Простые знаки соединяются и образуют сложные знаки первого порядка. Затем знаки первого порядка также соединяются, образуя знаки второго порядка [Мечковская, 2007]. При этом сложный знак получает совершенно новое значение после преобразований.

В большей степени неязыковая канва кинодискурса – это иконические и индексальные знаки, которые могут быть как визуальными, так и звуковыми. Оба типа знаков представляют визуальные элементы, при этом индексальные знаки – это звуковая часть

и возможные элементы документального кино. [Слышкин, Ефремова, 2004]. Также часто используются знаки-символы.

Мнения о минимальной смысловой единице кинодискурса разнятся [Зайченко, 2011]. Однако понимание такой единицы как сложного семиотического образования, в создании которого задействованы многочисленные системы, неоспоримо, а сам смысл художественного кинопроизведения передается разными семиотическими системами и создается во время декодирования. В результате он воспринимается в длительности.

Основой синтаксической организации кинодискурса выступает монтаж. Причинно-следственная связь выражается повествовательным монтажом. Однако другой вид монтажа, параллельный монтаж, считается ключевым. Согласно определению Агафоновой, это «чередование сюжетно-незаконченных действий, предполагающих возможность их мысленного соединения в восприятии зрителей, вопреки пространственной и временной дискретности течения событий» [Агафонова, 2008, с. 47]. Возможны два типа взаимодействия: прямое взаимодействие и опосредованная взаимосвязь. Вид параллельного монтажа – ассоциативный монтаж — «введение метафор, аллегорий в качестве дискретной параллели разворачивающимся событиям», «способствующее кристаллизации семантического ряда» [Агафонова, 2008, с. 47].

При просмотре, восприятии кинопроизведения и постижении его смысла обязательно нужно учитывать экстралингвистические факторы, тогда внешнее позволяет постичь задуманное сообщение. Такая нацеленность на адресата приводит к изучению кинодискурса, а не кинотекста. При этом кинодиалог, а также субтитры и прочие тексты на экране, являясь вербальным компонентом кинодискурса, «играет решающую, но не исчерпывающую роль в создании смысла» [Зарецкая, 2010], при этом важнее учитывать визуальную сторону при анализе кинофильма, согласно А. Г. Рыжкову [Рыжков, 2000, с. 98].

В ходе теоретического исследования мы посчитали, что целью нашего анализа британской короткометражки соответствует определение кинодискурса С. С. Назмутдиновой. Оно и было взято за основу: кинодискурс – «семиотически осложненный, динамичный процесс взаимодействия автора и кинореципиента, протекающий в межъязыковом и межкультурном пространстве с помощью средств киноязыка, обладающего свойствами синтаксичности, вербально-визуальной сцепленности элементов, интертекстуальности, множественности адресанта, контекстуальности значения, иконической точности, синтетичности» [Назмутдинова, 2008, с. 7]. Именно это определение подчеркивает взаимодействие коллективного автора и кинореципиента в межъязыковом и межкультурном пространстве, которое и присутствует в исследуемом короткометражном британском фильме. Кроме того, используется и понятие «киноязыка», введенное Ю. М. Лотманом.

Выбор кинофильма для анализа обусловлен тем, что в нем невербальные средства синтаксической организации преобладают, что позволяет сосредоточиться именно на них и не учитывать вербальную составляющую кинофильма.

Мы знаем, что «собственно художественное пространство в кино формируется из множества внутрикадровых микропространств в целостное макропространство фильма» [Агафонова, 2008] благодаря воображению зрителей. Пространство события данной короткометражки основано на элементах реального, но переходит в абстрактное. При этом мы наблюдаем, как презентация места действия несколько не замедляет ритм повествования, как предполагается. Мы также практически не наблюдаем, как концентрация на развитии действия приводит к уменьшению важности пространства события. Данная кинематографическая работа выдерживает баланс места и действия, что, возможно, обусловлено хронометражем: нет намеренной задержки на каком-либо кадре или плане.

В результате мы получаем целостное художественное пространство фильма, состоящее из трех слоев, где пространство события достаточно детально, но в то же время име-

ет общее значение. Главная функция пространства события в данной короткометражке – отразить и вобрать в себя экспрессивное пространство, которое, как нам кажется, выходит на уровень символического пространства.

Фильм начинается с белого фона, на котором вначале появляется название слегка сероватыми буквами, а затем – первый кадр: два дерева на пригорке. Кадр сменяется на второй, похожий, но расширенный: деревьев больше, и на пригорке стоят два человека, вид сзади, мы не видим их лиц. На втором кадре начинает звучать и музыка, нагнетающая и на одной ноте... и внезапно обрывается на следующем третьем кадре. Такой обрыв музыки предназначен для резкой смены настроения, но происходит только смена кадра. Пространство события теперь – дом, семья (жена и ребенок), однако оно менее важно, чем экспрессивное пространство – герой задумчив и чего-то ожидает. Пространство события дома заканчивается на пороге, где после среднего плана героев, крупным показаны только ноги – герой выходит, покидает пространство дома, которое традиционно считается безопасным, но не в данном случае, что подчеркнуто серыми оттенками всего вокруг.

Следующая сцена происходит, предположительно, в больнице, где тоже преобладают холодные голубоватые оттенки. Показан монолог врача, и герой вновь со спины, параллельный монтаж (лицо героя крупным планом) предполагает диалог, которого нет. И в целом, слова врача не важны: всё заменяет та же музыка на одной ноте, которая усиливается и звучит чуть дольше. Во время сцены в больнице смена кадра обеспечивает изменение хронологии событий, но кратко временно. Далее сцена сменяется посредством черного экрана с намеренным замедлением. Белый экран больше не появляется.

За всё время фильма (11 минут 41 секунда с финальными титрами) мы практически не слышим речь героев. Они говорят очень мало и очень тихо. На этом фоне контрастом выступают звуки повседневной жизни: громкие шаги, хлопанье дверью, сигналы автомобилей, гудок телефона. Вместо слов – музыка, тяжелая, на одной ноте на протяжении $\frac{3}{4}$ фильма. Всё это способствует созданию экспрессивного пространства: герой погружен в себя, не слышит речи вокруг, по сути, он не слышит и свои мысли, есть только его состояние – тяжелое и удручающее из-за поставленного диагноза (предположительно, потому что ничего не озвучивается).

Именно после этого звучит самая долгая речь в фильме, которая наложена на кадры – сцены из жизни брата-близнеца главного героя (забеги собак, избиение брата). Здесь преобладают средние планы для ввода пространства события второго персонажа, которого зритель уже видел во втором кадре, но понимает это только сейчас. Жизнь братьев абсолютно разная: главный герой в костюме, очевидно, работает на хорошей работе, его брат погряз в азартных играх и долгах. Но именно в жизни брата-неудачника впервые встречается локализация – Великобритания (благодаря надписи и доменному адресу). Жизнь же героя протекала в абстрактном пространстве.

И кажется, братья долго не общались, их разделила жизнь. Но в трудный момент главный герой звонит брату за помощью. Какого рода? Становится понятно сразу: они меняются местами, жизнями. Главный герой предлагает свою жизнь, чтобы осчастливить семью (предполагая, что подмены не заметят близкие). Встреча и достаточно схематичная смена жизни (изменение облика и переодевание) происходят в нейтральном общественном месте – кафе и раздевалка. Такой выбор намекает, что герои – это элементы, перемена мест не играет роли.

Далее вновь сцена на пригорке (6 минут 37 секунд, после $\frac{2}{3}$ фильма), теперь еще длиннее: бывший главный герой удаляется и исчезает из жизни. Теперь главный герой – другой, и пространство мы видим уже его глазами. И колористика меняется: вид на дом (чужой) – передан более теплыми оттенками, зелень в солнечных лучах тоже выглядит

более обнадеживающе. Таким образом, экспрессивное пространство нового главного героя – надежда на новую лучшую жизнь. Даже жена брата и ребенок, по задумке уже его семья, выглядят ярче. Музыка приобретает новые ноты и звучит уже не так обреченно. Герой останавливается перед крыльцом и не переступает его. Жена догадывается об изменениях, ребенок – нет, и сам мчится из дома через порог к своему отцу. Происходит принятие. И фильм заканчивается на 9 минуте 16 секундах, оставляя две с половиной минуты на финальные титры. При это происходит затемнение. И после оглашения диагноза затемнения происходят не только при смене сцен, а уже и кадров. Экспрессивное пространство прерывается чаще черными полосами. И в рамках сюжета, можно предположить, что белый фон вначале – намек на свет в конце тоннеля.

Среди деталей, взятых крупным планом, следует отменить очки главного героя. Они выступают символом упорядоченного четкого мира, в то время как мир брата-близнеца беспорядочен, что отражает и «размытие» картинки в кадре с ним. Таким образом очки как символ поддерживают символическое пространство фильма, где также значимы образы деревьев (два дерева – два брата, корни) и образ порога/крыльца. Первый герой проходит эту границу, второй герой – нет. Однако на эмоциональном уровне (объятия сына) эта граница пройдена. Таким образом, с помощью колористического решения, ритма смены кадров и музыкального минимализма режиссер создает душевный строй главных героев.

В фильме ключевую роль играют невербальные средства художественной выразительности. Единственная важная фраза, сказанная разными героями и с разной интонацией: «*it's gonna be all right*». Притом последнее повторение – с неуверенностью, что характеризует неуверенность в завтрашнем дне как нового главного героя, так и любого из нас.

Фильм называется «Inseparable», что переводится как «неделимо». Фильм не переведен на русский язык, однако есть два варианта названия «Неразлучные» и «Неделимые». Кто является неделимым? Неделимые, на первый взгляд, близнецы. Но они как раз были разделены. Неделимыми хочет быть главный герой со своей семьей, но их разделил диагноз. Многозначная природа названия позволяет нам заключить, что неделим мир вокруг нас и наше состояние при восприятии жизни в этом мире.

Список литературы

1. Агафонова, Н. А. Общая теория кино и основы анализа фильма. – Минск : Тесей, 2008. – 392 с.
2. Зайченко, С. С. Некоторые особенности кинодискурса как знаковой системы // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – № 4 (11). – 2011. – С. 82-86.
3. Зарецкая, А. Н. Особенности реализации подтекста в кинодискурсе : дис. ... канд. филол. наук. – Челябинск, 2010. – 180 с.
4. Мечковская, Н. Б. Семиотика: Язык. Природа. Культура: Курс лекций. – М. : «Академия», 2007. – 432 с.
5. Назмутдинова, С. С. Гармония как переводческая категория (на материале русского, английского, французского кинодискурса) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Тюмень, 2008. – 18 с.
6. Слышкин, Г. Г. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа) / Г. Г. Слышкин, М.А. Ефремова. – М. : Водолей Publishers, 2004. – 153 с.

Л. К. ЕФИМИАДИ, А. Г. КАРИПИДИ

Кубанский государственный аграрный университет
им. И.Т.Трубилина
(Краснодар, Россия)

**ПРОБЛЕМЫ ИНТЕГРАЦИИ ИНОСТРАННОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ
В СЛОВАРНЫЙ СОСТАВ РУССКОГО ЯЗЫКА**

**PROBLEMS OF INTEGRATING FOREIGN TERMINOLOGY
INTO THE RUSSIAN LANGUAGE DICTIONARY**

Аннотация

В данной статье рассматриваются основные проблемы, связанные с переводом терминов английского происхождения на русский язык и их интеграцией в его словарный состав. В работе подчеркивается важность межкультурной коммуникации, выделяются ее главные принципы, обосновывается значимость обмена информацией между представителями разных стран и народов, и, как следствие, акцентируется внимание на проблемах и сложностях перевода иностранной терминологии. Большое внимание в статье уделено такому явлению, как заимствование. Приведены взгляды различных ученых-лингвистов, которые рассматривали это понятие в своих трудах. Исследуются основные лингвистические методики, используемые для заимствования англоязычных лексических единиц, выделяются их особенности и связанные с ними проблемы. В заключение делается вывод о влиянии интеграции иностранных терминов на культуру и лексический состав языка-реципиента.

Abstract

This article discusses the main problems associated with the translation of terms of English origin into Russian and their integration into its vocabulary. The work emphasizes the importance of intercultural communication, highlights its main principles, substantiates the importance of information exchange between representatives of different countries and peoples, and, as a result, focuses on the problems and difficulties of translating foreign terminology. Much attention is paid in the article to such a phenomenon as borrowing. The views of various linguists who considered this concept in their works are presented. The main linguistic techniques used for borrowing English lexical units are examined, their features and problems associated with them are highlighted. In conclusion, a conclusion is drawn about the influence of the integration of foreign terms on the culture and lexical composition of the recipient language.

Ключевые слова: заимствования, лексика, межкультурная коммуникация, перевод, семантика, терминология

Keywords: borrowings, vocabulary, intercultural communication, translation, semantics, terminology

Непрерывный научно-технический прогресс, экономические и социальные изменения оказывают существенное влияние на расширение словарного состава языка. Каждый национальный язык подвергается влиянию со стороны других языков, а в большей степени, английского, признанного с конца XX века основным языком международной коммуникации. Языковеды выделяют специальную лингвистическую парадигму, которая получила название «лингвистическая контактология», которая направлена на исследование процессов контактирования языков в том или ином геополитическом пространстве при определенных условиях общения различных этнических групп и общностей,

говорящих на разных языках. Межкультурная коммуникация представляет собой неотъемлемую составляющую современного международного взаимодействия, в основе которого лежат принципы взаимодействия и взаимопонимания между представителями различных культур. Применение специализированных межкультурных коммуникативных стратегий дает возможность уменьшить культурный барьер и установить устойчивое сосуществование в мировом социокультурном пространстве. Именно по этой причине проблема перевода иностранных лексических единиц и их интеграции в состав языка-реципиента в настоящее время является особенно актуальной.

Интеграция иностранных лексем в словарный состав русского языка – это сложный процесс, который сопряжен с серьезными проблемами, связанными с соблюдением лингвистической целостности, а также с синтаксическим и морфологическим сочетанием иностранных слов с русскими языковыми единицами. Помимо этого, в качестве проблемы, возникающей при переводе иностранной терминологии на русский язык, можно выделить сохранение фонетической и графической схожести лексем исходного языка и их отражение в русском языке. Еще одной проблемой можно назвать смещение культурных и языковых контекстов, которое иногда существенно затрудняет понимание и употребление слов и словосочетаний в русском языке. Исходя из вышесказанного, для обеспечения формального и семантического единства при интеграции иностранных лексем в русский язык необходимо учитывать не только фонологические и морфологические отличия, но и социолингвистические факторы, а также особенности культурного контекста. В противном случае, процесс интеграции иностранных слов может привести к искажению их лексического значения и потере стилистической целостности.

Рассмотрим более детально такое явление, как заимствование, которое направлено на расширение лексического состава языка-реципиента. Заимствование представляет собой один из способов развития языка, который позволяет интегрировать новые слова, учитывая языковую культуру социума. Заимствование целесообразно использовать в тех случаях, когда дословный перевод иностранных лексем вызывает трудности для понимания. В особенности это касается профессиональной терминологии.

В лингвистике существует несколько методологических подходов к исследованию роли заимствованной лексики. Разные подходы при определении данного термина создают основание для различных классификаций транслатологии иностранных слов.

Проблему заимствования рассматривали такие ученые как Н.М. Шанский, И.Н. Геранина, Л.Л. Нелюбин, В.В. Виноградов, Ю.С. Маслов и другие. По Н.М. Шанскому заимствованием можно считать любое слово, которое пришло в русский язык из другого языка, даже при идентичности морфем [Шанский, 2009, с. 96]. Схожей точки зрения придерживается Л.Л. Нелюбин, определяя заимствования как «обращение к лексическому фонду других языков для выражения новых понятий, для дальнейшей дифференциации уже существующих и обозначения ранее неизвестных предметов» [Нелюбин, 2006, с. 78]. Согласно Ю.С. Маслову, обработка заимствований происходит на нескольких языковых уровнях: фонемном, морфемном и лексическом. Язык-реципиент трансформирует лексическую единицу и «включает ее в сеть своих внутренних системных отношений» [Брейтер, 1997, с. 202].

В. В. Виноградов в своих работах высказывает мнение, что заимствованные слова можно разделить на два типа. Первые связаны с изменениями в политике и экономике страны, вторые – с научно-техническим прогрессом и инновациями [Виноградов, 1987, с. 20].

Образование слов при помощи заимствования и их интеграция в русский язык могут осуществляться несколькими способами. Эти способы обычно классифицируют на четыре группы [Ефимиади, 2023, с. 109]:

1. Прямые заимствования.

2. Фонетическая методика.
3. Семантический эквивалент.
4. Морфемное калькирование.

Первая методика является наиболее простой и, по мнению некоторых ученых, не является полноценным способом заимствования. Ее особенность заключается в том, что перенос иностранного термина в словарный состав русского языка происходит без его перевода. Например, таким образом были интегрированы названия компаний (Apple, Microsoft, Google и др.), а также современной техники и технологий (Wi-Fi, Motion Pillow, GyroGlover, Ballie и др.). Проблемой данной методики является отсутствие русскоязычного аналога. Дословные переводы терминов, образованных при помощи методики прямого заимствования, встречаются исключительно в жаргоне.

Второй способ заимствования заключается в использовании основ слов через звучное воссоздание лексемы. В отличие от транслитерации, которая представляет собой побуквенное воссоздание лексической единицы, транскрипция предназначена для фонемной передачи, при которой каждый звук (набор звуков) одного языка передается соответствующим звуком (набором звуков) другого языка [Ефимиади, 2024, с. 98]. Проблемы транскрипции обусловлены, прежде всего, различиями в фонетических системах языков, что вызывает возникновение варваризмов – вкраплений иностранных терминов с сохранением графики языка-донора. Основной особенностью фонетической методики является принцип соблюдения обязательного однозначного соответствия используемых и транскрибируемых звуков. Иными словами, должен соблюдаться принцип достижения фонетической близости, в котором первостепенной задачей является точная передача звучания исходного слова средствами принимающего языка. Примерами применения фонетической методики могут выступать: копирайтер (copywriter), сегмент (segment), шоу (show), аккаунт (account), хакер (hacker) и др. При использовании данного подхода произношение английского и русского вариантов слов будет практически идентичным. Для применения фонетической методики важно понимать отличия и особенности произношения звуков в английском и русском языках.

Еще одна методика заимствования получила название «семантический эквивалент». Ее суть состоит в поиске и применении функциональных аналогов слова. Замена иностранных лексических единиц происходит путем подбора русского корня, который является близким по смыслу английскому эквиваленту. В качестве проблем данного подхода можно отметить: сложность подбора точного эквивалента из-за изменений значения слов при различных контекстах и тоновых окрасках, отсутствие прямых аналогов вследствие уникальности понятия или выражения, а также скрытые значения некоторых терминов, которые связаны с культурными особенностями. При помощи методики семантического эквивалента образованы такие термины, как тролль (troll), cloud (облако), сеть (network), клавиатура (keyboard) и др. Данный способ является наиболее трудоемким и требует серьезных лингвистических и культурных знаний, при отсутствии которых могут возникать ошибки при поиске эквивалентов.

Четвертым способом заимствования является методика морфемного калькирования (калька). Суть данного подхода состоит в образовании слова путем буквального переноса морфем из иностранного языка в целевой. Особенность калькирования заключается в соединении национального и интернационального. В качестве примеров использования данной методики можно выделить следующие слова и словосочетания: гиперссылка (hyperlink), большие данные (big data), продвижение (promotion), средства массовой информации (mass media) и др. При использовании калькирования происходит процесс выбора наиболее подходящего слова из возможных среди синонимического ряда. Одна из значимых проблем, возникающих при использовании кальки, связана с сохранением

морфемной структуры при переносе слова в язык-реципиент, вследствие чего могут возникать нарушения грамматических норм и структур в целевом языке. Также в качестве проблем можно выделить возможное искажение смысла слов и фраз и потенциальные лингвистические трудности в процессе коммуникации. Стоит отметить, что калькирование играет важную роль в любом понятийном аппарате языка.

Таким образом, исследование проблем интеграции иностранной терминологии является важным аспектом изучения синтаксических и морфологических явлений. Заимствование оказывает большое влияние на культуру и лексический состав русского языка, а также меняет структуру русской ментальности. За счет иностранных терминов расширяется словарный состав русского языка, обогащается терминосистема отраслей знаний и формируется метаязык науки и профессионального общения. Понимание проблем заимствования позволяет лингвистам эффективно решать задачи перевода и ассимиляции иностранных лексических единиц, обеспечивая сохранение языковой целостности и сосуществование языковых систем.

Список литературы

1. Брейтер, М. А. Англицизмы в русском языке: история и перспективы : пособие для иностр. студентов-русистов. – Владивосток : Диалог-МГУ, 1997. – С. 156.
2. Виноградов, В. В. К истории лексики русского литературного языка // Виноградов, В. В. Лексикология и лексикография: избранные труды. – М.: Наука, 1987. – С. 12-34.
3. Ефимиади, Л. К. Использование англицизмов и терминов английского происхождения в сфере информационных технологий // Язык как зеркало культуры : Материалы межinst. науч.-практ. конф., Краснодар, 15 июня 2023 года. – Краснодар, 2023. – С. 107-112.
4. Ефимиади, Л. К. Исследование лингвистических методик транслатологии и заимствования в IT-сфере // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. – 2024. – № 1(52). – С. 96-102.
5. Нелюбин, Л. Л. Толковый переводоведческий словарь – 3-е изд., перераб. – М.: Флинта: Наука, 2006. – С. 320.
6. Шанский, Н. М. Лексикология современного русского языка : учеб. Пособие – 4-е изд. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – С. 312.

Л. В. ЕЩЕРКИНА, Е. А. СКАЧКОВА, Ю. В. КАЗАЧЕНОК
Южно-Уральский технологический университет
(Челябинск, Россия)

МОТИВАЦИОННО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ КАК ОСНОВА КОММУНИКАТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ

MOTIVATIONAL AND COGNITIVE VALUES AS THE BASIS OF STUDENTS' COMMUNICATIVE ACTIVITIES

Аннотация

Статья посвящена вопросам мотивационно-познавательной сферы обучающихся как основы их коммуникативной деятельности на современном этапе. Рассматриваются аспекты мотивации и познавательного интереса как основные факторы образова-

тельного процесса, их компоненты и роль для успешной коммуникативной деятельности студентов. Проводится анализ структуры мотивационно-познавательной сферы, исследуются взаимосвязи между составными частями данного феномена. Изучается роль коммуникации в образовательном процессе. Приводятся параллели развития мотивационно-познавательных ценностей в динамике. Рассматриваются различные точки зрения ученых на сущность и значение мотивации и познавательного интереса в ходе их формирования. Выявляются психолого-педагогические основы становления мотивационно-познавательных ценностей у обучающихся и факторы, воздействующие на их трансформацию. Приводится как историческая ретроспектива, так и современный взгляд на проблему мотивации и познавательного интереса у обучающихся.

Abstract

The article is devoted to the issues of the motivational-cognitive sphere of students as the basis of their communicative activity at the present stage. Aspects of motivation and cognitive interest are considered as the main factors of the educational process, their components and role for the successful communicative activities of students. The structure of the motivational-cognitive sphere is analyzed, and the relationships between the components of this phenomenon are explored. The role of communication in the educational process is studied. Parallels of the development of motivational and cognitive values in dynamics are given. Various points of view of scientists on the essence and significance of motivation and cognitive interest in the course of their formation are considered. The psychological and pedagogical foundations for the formation of motivational and cognitive values in students and the factors influencing their transformation are identified. Both a historical retrospective and a modern view of the problem of motivation and cognitive interest among students are presented.

Ключевые слова: мотивационно-познавательные ценности, коммуникативная деятельность, мотивация, познавательный интерес, процесс обучения, конструктивный диалог.
Keywords: motivational and cognitive values, communicative activity, motivation, cognitive interest, learning process, constructive dialogue.

В современной образовательной среде большое значение имеет мотивация как основная движущая сила в процессе обучения. Также важную роль играет и когнитивный интерес обучающихся, являясь одновременно и целью, и средством в образовательной деятельности. Благодаря высокому уровню мотивационно-познавательных ценностей студенты могут успешно овладевать общекультурными и профессиональными компетенциями. Процесс коммуникации также имеет ключевое значение, поскольку только в ходе общения и обмена знаниями возможен конструктивный диалог.

По мнению выдающихся педагогов-классиков, Я. А. Коменского, К. Д. Ушинского, главным условием успешного учения служит интерес к обучению, что, по сути, подразумевает мотивацию. Как указывал известный педагог Л.С. Выготский, в процессе обучения необходимо учитывать интересы обучающихся. Также важность учебной мотивации признавали и такие ученые, как А. Н. Леонтьев, С. Л. Рубинштейн, Л. С. Славина. В. А. Крутецкий определяет интерес как активную познавательную направленность на предмет или событие, обычно сопровождаемую положительными эмоциями. Соответственно, деятельность, направленная на изучение такого объекта, вызывает положительные эмоции и стимулирует интерес к познанию. В. А. Крутецкий считает, что интерес носит избирательный характер, привлекая внимание к объектам определенного рода. Различные подходы к определению мотивации личности определяют ряд трудностей в процессе изучения этого психолого-педагогического феномена [Санина, Зенкова, 2021].

В педагогике, в соответствии с задачами образования определение мотивации приобрело другой смысл. Мотивация рассматривается как совокупность мотивов. Иными

словами, причин, определяющих выбор направленности поведения. Наиболее значимым в процессе образования является мотив учебной деятельности. Рассмотрим понятие «мотив учебной деятельности» на основании определений, которые даны отечественными педагогами. Д. Б. Эльконин [Савина, 2020] и Т. И. Ильиной считают, что мотивация должна пониматься как целостность, структурированность мотивов учения.

Л. И. Божович описывает мотив учебной деятельности как стимулы, определяющие личностные характеристики школьника и его основную направленность, сформированную под влиянием семьи и школы на протяжении его жизни. А. К. Маркова рассматривает мотив учения как ориентацию школьника на различные аспекты учебной работы, обусловленную его внутренним отношением к ней. [Санина, Зенкова, Попова, 2020].

Для лучшего понимания процесса формирования учебной мотивации стоит рассмотреть несколько классификаций мотивов учебной деятельности. Т. И. Ильина предлагает следующую систему:

1. Прямая мотивация (интерес к содержанию урока, личность педагога).
2. Перспективная мотивация (интерес к предмету для будущей профессии, желание получить похвалу от преподавателя).
3. Интеллектуальная мотивация (интерес к поиску путей решения задачи).
4. Социальная мотивация (чувство ответственности).

Л. И. Божович в своём исследовании предлагает следующую классификацию мотивов:

1. Побудительные мотивы, которые складываются из познавательного интереса обучающихся.
2. Социальные мотивы, которые формируются через систему взаимоотношений ребёнка с окружающей его действительностью [Санина, Артюхина, 2020].

Существует другая классификация на основании воздействия на учащегося. В ней мотивы делятся на внутренние и внешние. На эту классификацию ссылаются П. Я Гальперин, Н. Ф. Талызина, П. И. Якобсон [Савина, 2020]. Согласно этой теории, внешний мотив реализует не познавательную, а социальную потребность и не имеет связи с процессом получения знаний. Внутренний мотив связан с деятельностью, связанной с процессом получения знаний и цель мотива, совпадает с конечной целью обучения. Определяя внешние и внутренние мотивы можно обозначить понятия внутренней и внешней мотивации.

Во многих работах этих два понятия трактуются как разделенные друг от друга категории. Внешняя мотивация определяется как нечто существующее за пределами учебного процесса [Санина, Зенкова, Попова, 2020]. Она задается двумя видами учебных мотивов, которые по своему характеру качественно отличаются друг от друга. Первый мотив – это стремление к признанию окружающими, второй – самоуважение. Нужно заметить, стремление к удовлетворению потребностей, вызванных этими мотивами, не оказывают положительного воздействия на учебно-мотивационную сферу. Мотивационные компоненты в этом случае не имеют тенденции к положительным изменениям. Доминирование внешних мотивов приводит к снижению уровня успешности в учебной деятельности так как удовлетворяются потребности, не относящиеся к саморазвитию и самореализации через познание.

Внутренняя мотивация, наоборот, позиционируется как интерес к самому процессу познания и обучения.

Следует рассмотреть ценностные компоненты мотивационной сферы личности. Нужно отметить, что вопрос формирования ценностей в статусе проблемы в системе образования возник не так давно. Ценности, как и мотивы, имеют тенденцию к изменению в зависимости от культурно-социологического окружения. В этом их схожесть и различие

одновременно. Как не парадоксально, мотив может быть для индивида доминирующим и путееобразующим в процессе самодетерминации, а вот ценность, формируемая за счет укрепления этого мотива, может быть не принята обществом [Санина, Артюхина, 2020].

Набор определенных ценностей каждой личности, каждого индивида формирует особую ценностную ориентацию, которая присуща только одному из членов общества. Но вместе с тем, обладая одинаковыми ценностями в наборе ориентаций, мы создаем общество с определенным набором высших и низших ценностей. Различные подходы к определению понятия ценность определяют ряд трудностей в процессе изучения этого психолого-педагогического феномена. Проведем анализ определений понятия ценность, используемых в различных научных исследованиях.

Стоит отметить, что в философии, социологии, социальной психологии и других разделах социально-гуманитарных наук понятие «ценность» имеет разные трактовки и смысловое наполнение. Так, например, во времена античности Платон соотносит ценности и блага. И выстраивает некую иерархию элементов блага. Одним из первых этот термин в своем описании стоических мировоззрений и стоического учения применил Диоген [Савина, 2020]. Отметим, что как философская категория «ценность» во времена античного периода не рассматривалась. Значительно позже Кант использовал понятие «ценности» в своих работах, определяя их как цели, которые человек ставит перед собой, и как значимость различных факторов для личности. Однако он утверждал, что именно нравственная ценность определяет ценность человеческой индивидуальности [Санина, Зенкова, Попова, 2020].

Только в XIX веке, а точнее в 60-х годы немецкий философ Лоце определил понятие «ценность» как значимую для субъекта единицу в его сознании. В современном понимании в сфере социально-гуманитарной науки ценность есть ни что иное, как единица измерения социальных явлений и общества. Ценности есть продукт создаваемый и обществом, и отдельными индивидами в процессе взаимодействия [Санина, Артюхина, 2020].

В соответствии с трактовкой Э. Дюркгейма, идеалы – это основные мотиваторы человеческого поведения, определяющие не только характер конкретных обществ, но и формирующие целые цивилизации [Санина, Зенкова, 2021]. М. Вебер, напротив, отвергает идею о том, что ценности эквивалентны благам, указывая, что каждый социальный акт приобретает смысл лишь в контексте ценностей, которые корректируют нормы поведения и индивидуальные цели людей [Санина, Зенкова, 2020]. Ценности – это представления индивидов или групп о том, что является желательным, приемлемым, хорошим или плохим в различных ситуациях.

Обобщая вышеизложенное, можно утверждать, что мотивы познавательной деятельности формируются и развиваются в рамках деятельностного подхода при наличии устойчивой системы внутренних мотивов у обучающегося. Таким образом, система мотивов, включающая интерес к самостоятельной познавательной деятельности для приобретения новых знаний, стремление к самореализации и личностному росту, а также удовольствие от процесса познания, несмотря на возможные трудности, представляет собой «внутреннюю мотивацию». Основанная на базовых потребностях индивида в познании, саморазвитии и достижении, внутренняя мотивация имеет значительную ценность для учебного процесса, так как является надежным показателем прогнозирования академических достижений и позитивной динамики успеваемости.

Список литературы

1. Савина, Н. В. Методологические основы персонализации образования // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – 2020. – Т. 14. – № 4. – С. 82-90. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologicheskie-osnovy...>

2. Санина, Е. И. Интерактивное обучение математике в цифровой образовательной среде / Е. И. Санина, М. С. Артюхина // Информатизация образования и методика электронного обучения: цифровые технологии в образовании. – 2020. – С. 339-342.

3. Санина, Е. И. Методологические основы воспитания мотивационно-ценностного отношения к познавательной деятельности школьников в условиях современной образовательной парадигмы / Е. И. Санина, Л. А. Зенкова // Актуальные проблемы современного образования. – 2021. – № 8. – С. 118-124.

4. Санина, Е. И. Педагогические условия воспитания мотивационно-ценностного отношения к познавательной деятельности у обучающихся основной школы / Е. И. Санина, Л. А. Зенкова // Проблемы современного педагогического образования. – 2020. – № 68-3. – С. 254-256. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pedagogicheskie-usloviya...>

5. Санина, Е. И. Теоретико-методологические основы воспитания мотивационно-ценностного отношения к познавательной деятельности при удалённом обучении / Е. И. Санина, Л. А. Зенкова // Web-технологии в реализации удалённого формата образования. – 2021. – С. 24-27.

6. Санина, Е. И. Воспитание мотивационно-ценностного отношения к изучению математики обучающихся основной школы / Е. И. Санина, Л. А. Зенкова, Т. С. Попова // Проблемы современного педагогического образования. – 2020. – № 66-3. – С. 261-263. URL: [https://cyberleninka.ru/article/n/vospitanie-motivatsionno....](https://cyberleninka.ru/article/n/vospitanie-motivatsionno...)

У. А. ЖАРКОВА, Н. Ю. КУЗНЕЦОВА
Челябинский государственный университет
(Челябинск, Россия)

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ САМОИДЕНТИФИКАЦИИ МИГРАНТА В КОНТЕКСТЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ

SOME ASPECTS OF THE SELF-IDENTIFICATION OF MIGRANTS IN CONTEXT OF PSYCHOLOGICAL WELL-BEING

Аннотация

В статье обосновывается продуктивность интеграции лингвокультурологических основ анализа благополучия в междисциплинарные исследования этого феномена. Проведен анализ концептуализации благополучия в рамках аксиологической картины мира. В работе показано, что концептуальные признаки благополучия имеют социокультурный характер и могут приобретать этнокультурную специфику. Взаимосвязь благополучия и этнокультурной идентичности, рассмотренная на материале социальных сетей мигрантов и подкастов с их участием, рассмотрена как основа для дискурсивных практик самопрезентации и самоидентификации. Статус мигранта рассматривается как угроза психосоциальному благополучию, выраженному через самопринятие. Показано, что условием психосоциального благополучия можно считать сохранение исходной идентичности и ее актуализацию посредством различных дискурсивных механизмов, прежде всего использование мелиоративных маркеров при указании исходной этнокультурной идентичности, проведение культурных сравнений в пользу страны исхода, в том числе противопоставление себя местному населению, а также трансляция способов

достижения благополучия в виде рекомендаций по успешной интеграции в новую культуру, оценка самоинтеграции в сообществе мигрантов-соотечественников.

Abstract

The article substantiates the productivity of integrating linguocultural bases of well-being analysis into interdisciplinary studies of this phenomenon. The article analyzes the conceptualization of well-being within the axiological picture of the world. The paper shows that the conceptual attributes of well-being have a sociocultural character and can acquire ethnocultural specificity. The relationship between well-being and ethnocultural identity, examined on the material of migrants' social networks and podcasts with their participation, is considered as a basis for discursive practices of self-presentation and self-identification. Migrant status is considered as a threat to psychosocial well-being expressed through self-acceptance. It is shown that the condition of psychosocial well-being can be considered the preservation of the original identity and its actualization through various discursive mechanisms, primarily the use of ameliorative markers when indicating the original ethno-cultural identity, making cultural comparisons in favor of the country of origin, as well as opposing oneself to the local population, broadcasting ways of achieving well-being in the form of recommendations for successful integration into a new culture, and assessing self-integration in the community of migrant compatriots.

Ключевые слова: *психологическое благополучие, этнокультурная идентичность, дискурс миграции, дискурсивный механизм, глобальная культура.*

Keywords: *psychological well-being, ethnocultural identity, migration discourse, discursive mechanism, global culture*

В фокус внимания современного научно-гуманитарного дискурса неизбежно попадают понятия, принадлежность которых к той или иной узкой области знания не может быть однозначно определена. Так, концептуализация “благополучия человека” рассматривается и в терминах лингвокультурологии, и с точки зрения (социальной) психологии, и в философских трудах, и с позиций социологии. В связи с этим междисциплинарность следует признать наиболее приемлемой методологией для изучения вышеназванного понятия.

Исходной точкой анализа в настоящем исследовании стало рассмотрение концептуального содержания благополучия как лингвокультурного концепта в трудах лингвистов. Понимая концепт “благополучие” как сложное ментальное образование со стабильным содержательным ядром, В. И. Карасик в качестве ключевых понятийных признаков благополучия в русской картине мира называет удовлетворенность, спокойную гармоничную жизнь, взаимопонимание с близкими и материальный достаток [Карасик, 2010]. Подобным образом в ходе концептуального анализа Е. В. Зиловой были сделаны развернутые выводы о когнитивных секторах, формирующих ядерную и периферийные зоны содержания “благополучия” в ментальном пространстве русскоязычной и англоязычных (британской и американской) культур. Наблюдения сопоставительного характера в области интерпретационной зоны концепта обнаруживают, что для носителей русского языка значимы такие признаки благополучия как уверенность в будущем, спокойное течение жизни, гармония, нерелевантные для англоязычных респондентов в контексте рассматриваемого понятия благополучия / prosperity [Зилова, 2012].

Приведенные данные лингвистического анализа не оставляют сомнений в том, что благополучие является важной составляющей аксиологической картины мира и получает социокультурное звучание, осложненное этнокультурными различиями.

Существенной для настоящего исследования стала выявленная В. И. Карасиком эмблематическая природа концепта “благополучия” и установленная им корреляция между

благополучием и самоидентификацией человека: “Самоидентификация выражается в виде однозначно интерпретируемых и моментально осознаваемых эмблем...” (Карасик, 2010, с.34). Эти наблюдения делают целесообразным рассмотрение благополучия в контексте идентификации как самого крупного масштаба, в пределах которого “человек может переживать ощущение собственного постоянства на протяжении всей жизни”. Нельзя не отметить важные точки соприкосновения психологического благополучия и идентичности: идентичность связана с переживанием гармоничного единства индивидуальной картины мира и принятыми в социуме установками и представлениями; основой для ощущения непрерывности своего Я является совокупность идентичностей личности с учетом фактора их сформированности и психологического благополучия; развитие идентичности мотивируется потребностью в повышении своего психологического благополучия; возможность самоидентификации с ин-группой является одной из ценностей личности, обеспечивающей ее внутренний комфорт [Разорина, 2015].

В области социальной психологии взаимосвязь идентичности и благополучия отмечалась неоднократно. Так, одно из наиболее репрезентативных исследований психологического благополучия – работа К. Рифф и К. Л. М. Кайс, где авторы, опираясь в том числе на труды Э. Эриксона, родоначальника теории идентичности, в качестве основных компонентов психологического благополучия рассматривают позитивное отношение к себе и своей прошлой жизни (самопринятие); отношения с другими, пронизанные заботой и доверием (позитивные отношения); способность выполнять требования повседневной жизни (компетентность); наличие целей и занятий, придающих жизни смысл (жизненные цели); чувство непрекращающегося развития и самореализации (личностный рост); способность следовать собственным убеждениям (автономность) [Жуковская, 2011]. Вслед за О. Ю. Зотовой отметим актуальность понятия “субъективное благополучие”, обладающего заметной стабильностью: ”Имея определенные личностные характеристики, каждый человек обладает определенным стабильным уровнем субъективного благополучия, к сохранению которого он стремится.” [Зотова, 2016, с.298].

Приведенные тезисы, релевантные прежде всего для социопсихологического подхода к идентичности в ее соотношении с благополучием, актуализируют круг проблем, важный с точки зрения современной глобальной культуры. В настоящее время миграция частично вышла из поля сугубо катастрофических жизненных ситуаций и в контексте глобального мира зачастую рассматривается как “новые возможности”, однако связанная с необходимостью интеграции в новую культуру трансформация личностной идентичности представляет собой утрату “спокойного течения жизни”, “гармонии”, “хорошего существования”, а главное, “уверенности в будущем” - то есть угрозу для “благополучия”.

В качестве гипотезы настоящего исследования выдвигается тезис о том, что в ситуации миграции эксплицитное сохранение исходной, чаще всего этнокультурной, идентичности является одним из условий психологического благополучия, так как отражает высокий уровень самопринятия.

Материалом для исследования послужили личные блоги российских мигрантов, а также подкаст с интервью немецких мигрантов.

В результате дискурсивного анализа были выявлены основные механизмы самоидентификации мигранта, при этом контекст психологического благополучия актуализируется с помощью мелиоративных маркеров:

- самоидентифицирующие предикаты, как личностного так и этнокультурного типов:
“Я этнический кореец, родом из солнечного Узбекистана” (Корея на Максимальках),
“Was Privatsphäre angeht, bin ich schon sehr deutsch. ... Ich habe sehr gerne meine Ruhe” (Einfach aussteigen);

- топик “прошлая жизнь на родине / воспоминания / дефициты (чего не хватает, по чему скучаешь) / сравнение в пользу родины”:

“Было приятно прилететь на родину, в родной Узбекистан. Пусть о нем я не так хорошо помню, так как улетал ребенком, но воспоминания только самые теплые” (Корея на Максимальках), “Думаю, что всеобщая прижимистость связана именно с постоянной экономией. Русское “гуляй” в Париже не прокатит” (А как там в Париже?);

- модальность совета / рекомендации, предполагающая знание способов достижения благополучия в новой стране:

“Когда ты лучше знаешь менталитет, тебя уже мало что раздражает” (Египет@mustardos);

- противопоставление себя местному населению:

“Хангуки купаются исключительно в футболках / купальных костюмах” (Корея на Максимальках)

- оценка самоинтеграции в сообществе мигрантов – соотечественников:

“Ich bin nicht sonderlich eng verbunden mit der ganzen Expert-Community” (Einfach aussteigen), “Конечно, дружить и встречаться с соотечественником намного проще, нежели с иностранцем” (А как там в Париже?);

- рефлексия оценочного типа относительно своего пребывания в стране-реципиенте:

“Переезд это всегда стресс. И всегда есть период адаптации. Просто у всех он разный и проходит по-разному. Мой занял около года. Бесило все...” (Египет@mustardos).

В результате исследования удалось обосновать корреляцию самоидентификации и психологического благополучия в структуре личности мигранта, реализуемую некоторым набором дискурсивных механизмов. В качестве перспективы исследования стоит отметить необходимость изучения этнокультурных различий актуализации идентичности в целях достижения чувства психологического благополучия.

Список литературы

1. Жуковская, Л. В. Шкала психологического благополучия К. Рифф / Л. В. Жуковская, Е. Г. Трошихина // Психологический журнал. – 2011. – Т. 32, № 2. – С. 82-93.
2. Зилова, Е. В. Этноспецифика и содержательная динамика концепта “благополучие” / “prosperity” в русской, британской и американской лингвокультурах: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Саратов, 2012.
3. Зотова, О. Ю. Субъективное благополучие как социально-психологический конструкт // Устойчивое развитие России: вызовы, риски, стратегии. Материалы XIX Международной научно-практической конференции: к 25-летию Гуманитарного университета. Том 1. – Екатеринбург: Изд-во «Гуманитарный университет», 2016. – С. 297-302.
4. Карасик, В. И. Эмблематический концепт «Благополучие» // Политическая лингвистика. 2010. №3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/emblematicheskiy-kontsept-blagopoluchie> (дата обращения: 08.08.2023).
5. Разорина, Д. Н. Проблема структуры и динамики идентичности в современной зарубежной социальной психологии // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2015. – № 3 (63). Т. 3. – С.211-218.

З. С. ЗЮКИНА

Российский университет дружбы народов
имени Патриса Лумумбы
(Москва, Россия)

**ФОРМИРОВАНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ
В УСЛОВИЯХ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ
СТУДЕНТОВ-БИЛИНГВОВ**

**FORMATION OF INTERCULTURAL COMPETENCE IN THE CONTEXT
OF INTERCULTURAL COMMUNICATION BILINGUAL STUDENTS**

Аннотация

В статье рассматривается проблема формирования межкультурной компетенции в процессе обучения РКИ студентов-билингвов института русского языка РУДН. В работе дается определение понятию межкультурная компетенция, уточняется понятие межкультурная коммуникация как процесс, как особая форма деятельности, которая не должна ограничиваться лишь знанием других языков, а также должна способствовать пониманию философии культуры народов, носителями которой являются иностранные студенты, изучению процессов, протекающих в ходе взаимодействия представителей различных культур, принятию ценностей, религии, мировоззренческих и нравственных установок партнеров по коммуникации, в ходе которого формируются определенные способности билингвов и межкультурная компетенция. Также представлен опыт работы по формированию межкультурной компетенции в рамках обучения РКИ в группе студентов-билингвов в формате рубежной аттестации.

Abstract

The article deals with the problem of the formation of intercultural competence in the process of teaching RCT to bilingual students at the Russian Language Institute of the Russian Academy of Sciences. The paper defines the concept of intercultural competence, clarifies the concept of intercultural communication as a process, as a special form of activity that should not be limited only to knowledge of other languages, but should also contribute to understanding the philosophy of culture of peoples, whose speakers are foreign students, studying the processes occurring during the interaction of representatives of different cultures, acceptance of values, religion, ideological and moral attitudes of communication partners, during which certain bilingual abilities and intercultural competence are formed. The experience of work on the formation of intercultural competence in the framework of RCT training in a group of bilingual students in the format of a milestone certification is also presented.

Ключевые слова: Межкультурная коммуникация, студенты-билингвы, межкультурные компетенции, туркменский язык.

Keywords: Intercultural communication, bilingual students, intercultural competencies, Turkmen language.

Межкультурная коммуникация студентов-билингвов обладает огромными возможностями формирования коммуникативных, межкультурных компетенций и воспитания языковой личности, способной интерпретировать культуру и языковые явления в соответствии с национально-культурными достижениями.

Под межкультурной компетенцией будем подразумевать формирование умений использовать фоновые знания культуры в процессе коммуникации билингва, понимать

особенности другой культуры, принимать иную ценностную систему, использовать языковые средства в зависимости от ситуации, обычаев иноязычного речевого поведения, культурных традиций участников коммуникации.

Межкультурная коммуникация видится как процесс, как особая форма деятельности, в которой важны не только знания другого иностранного языка, но и изучение, восприятие и принятие других установок нравственности, ценностей, правил и норм поведения, культуры и религии других народов, которые проявляются в мировоззрении и поведении партнеров по общению.

Билингвы в разной степени владеют русским языком, хотя могут объясняться, выражать свои мысли и чувства на нескольких языках. На сознание билингва при изучении языка влияют многие факторы: религия, культура, воспитание, традиции, обычаи, образование, окружающая среда. При формировании коммуникативных компетенций студента-билингва в его сознании сливаются две культуры, две языковые системы, что затрудняет изучение второго языка.

Нами был проведен анализ сущности формирования межкультурной компетенции у билингвов, с учетом реальности учебного процесса, на базе ИРЯ РУДН. Для достижения поставленных целей была введена культурная составляющая в образовательный процесс. Студенты рассматривали понятия язык и культура в рамках двуединства.

Студенты-билингвы в рамках дисциплины РКИ в формате рубежной аттестации выполняют проектную письменную работу, в которой анализируют выбранный раздел (разделы) двух языковых систем, родного и русского, выявляют аналогии, находят общее и различное в грамматике, лексике, синтаксисе (на выбор) и выступают перед группой с подготовленной работой и презентацией, в которой демонстрируют самобытность культуры и языка своей страны: государственный флаг страны, гимн, элементы культуры, быта, национального костюма, танца, историю возникновения и особенности языковой системы родного языка. Подобная работа, на наш взгляд, повышает уровень владения изучаемого (русского) языка и родного языка, т.к. он видится теперь иначе, в сравнении, а также формирует межкультурную компетенцию и способствует воспитанию языковой личности билингвов.

Далее представим вариант анализа двух языков студентом-билингвом А.

В алфавите туркменского языка 30 букв. Гласных букв 9, согласных – 21. Каждая гласная буква передает только один звук. Есть пять букв, которые употребляются для передачи специфических звуков туркменского языка: j, ñ, ö, ä, ü. Гласные делятся на мягкие (переднего ряда) и твердые (заднего ряда). Гласные переднего ряда (мягкие) смягчают как предшествующие, так и последующие согласные звуки.

Туркменский язык также отличается от русского языка тем, что в первом выделяют «закон гармонии гласных». Наличие определенной гласной в первом слоге должно обязательно повториться и в последующих слогах. Например: kelle – голова. Только заимствования из арабского, русского и персидского языков, а также некоторые сложные слова и одновариантные аффиксы не подчиняются закону гармонии гласных. Существенным различием между русским и туркменским языком является наличие в туркменском губных гласных: o, ö, u, ü.

Для фонетики туркменского языка характерно наличие кратких и долгих гласных звуков, чего нет в русском языке. Долгий звук обозначен двоеточием справа от соответствующей буквы. Долгие гласные произносятся в два раза длиннее, чем краткие. Например: ça:ga (ребенок), çalt (быстро), u: n (мука), u:ly (большой). Долгота гласных является средством различения слов по значению. Например: at (лошадь) – a:t (имя); ot (трава) – o:t (огонь); pil (слон) – pi: l (лопата).

В сопоставляемых языках согласные делятся на звонкие (açyk çekimsizler) согласные b, w, g, d, ž, j, z, ý, l, m, n, ñ, r и глухие согласные (dymyk çekimsizler) k, p, s, t, f, h, ç, ş.

Также согласные имеют пары по звонкости-глухости (jübtler) b-p, w-f, g-k, d-t, ž-ş, j-ç, z-s.

В туркменском языке отсутствуют шипящие звуки. Как пишет Базарбай Байджанов, центральный (текинский) диалект, считающийся литературным, не терпит шумных звуков «с» и «з», что характерно для жителей Лебапского и Дашогузского регионов. Речь представителей этих областей при этом подходит под языковые нормы других народов – турок, узбеков, казахов, в свою очередь литературная норма звучания «с» и «з» признает правильным так называемое «межзубное» произношение, как в английском.

Проведенный сопоставительный анализ фонетической системы двух языков позволяет сделать следующие предварительные выводы, что в туркменском языке:

1. Каждая гласная буква передает только один звук;
2. Гласные делятся на мягкие (переднего ряда) и твердые (заднего ряда);
3. Существует пять букв, которые употребляются для передачи специфических звуков туркменского языка: j, ñ, ö, ä, ü;
4. Существует закон гармонии гласных;
5. Гласные звуки делятся на краткие и долгие. Долгота звука дает возможность различить слово по значению;
6. Согласные делятся на глухие и звонкие и имеют пары;
7. Отсутствуют шипящие звуки.

Современные вызовы и проблемы требуют пересмотра ряда позиций преподавания РКИ билингвам. Воробьев Владимир Васильевич считает, что лингвокультурология условно должна ставить своей центральной задачей рассмотрение языка, культуры, личности во взаимосвязи.

В настоящее время, когда активно происходят процессы глобализации, важно стремиться к сохранению уникальных культурных ценностей. Для установления эффективных международных контактов необходимы высококвалифицированные специалисты, которые владеют иностранным языком на хорошем уровне и обладают профессиональной и межкультурной компетенцией, что будет способствовать формированию языковой личности и даст возможность общаться и на родном, и на изучаемом языках во всех сферах жизни.

Список литературы

1. Григорян, А. А. Обучение русскому языку студентов из Туркменистана. – 2021. – Источник : КиберЛенинка. URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/obuchenie-russkomu-yazyku-studentov-is-turkmenistana>
2. Байджанов, Б. Туркменский язык : Учебное пособие по практическому курсу. – Ашхабад. 2008. – С. 145 URL : <https://www.kitaphana.net/elektrinic-book...>
3. Воробьев, В. В. Прикладная лингвокультурология: слово и образ жизни русского народа: учебное пособие (“Прикладная лингвокультурология: 978-5-209-10481-0 - Natasha Kozmenko ...”) / В. В. Воробьев, И. П. Василюк, Д. А. Парамонов, В. В. Шмелькова. – Изд. 2-е испр. – М.: РУДН, 2023.– С. 409.
4. Кудоярова, Т. В. Русский язык в современной образовательной среде Туркменистана // Вестник РУДН. Серия Вопросы образования: языки и специальность. – 2010. – № 3. – С. 70–74. URL : https://journals.rudn.ru/polylinguality/article/view/1959/1432/ru_RU
5. Шогенов, А. А. Русский язык в межкультурном контексте // Русский язык в образовательном пространстве Центрально-Азиатского региона СНГ: международная научно-практическая конференция. – Бишкек, 2007. – С. 311–313.

Л. П. КОВАЛЬЧУКЧелябинский государственный университет
(Челябинск, Россия)**РОЛЬ САЙТА ВУЗА В ПРИВЛЕЧЕНИИ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ****ROLE OF UNIVERSITY SITE IN ATTRACTING FOREIGN STUDENTS****Аннотация**

Данная статья посвящена анализу сайта Челябинского государственного университета, а именно той её части, которая рассчитана на иностранных студентов. В ходе исследования затрагиваются как лингвистические, так и экстралингвистические средства, позволяющие воздействовать на интерес иностранных студентов к данному учебному заведению. Рассматривается структура сайта. Анализируются способы обеспечения доступности представленной информации, а также способы формирования определенного отношения к вузу. В статье предлагаются способы улучшения качества изложения информации и более эффективные методы взаимодействия с иностранными студентами, что позволило бы привлечь как новых абитуриентов, так и партнёров из других стран. Для сопоставления эффективности изложения информации на сайте ЧелГУ с другими подобными ресурсами также рассматриваются сайты таких ведущих вузов России, как МГУ и ВШЭ. Выявляются наиболее и наименее эффективные средства предоставления информации.

Abstract

The article is devoted to the analysis of Chelyabinsk University site and particular to the part which refers to foreign students. The research deals with both linguistic and extra linguistic means having an impact on foreign students' interest to the mentioned educational institution. The paper covers the structure of the site and measures for providing an easy access to the information, as well as means of forming a positive attitude to the university. Different ways for improving quality of the given information and means of interaction with foreign students are set forth. This will enable not only to attract prospective students, but also new partners from other countries. For comparing efficiency of the provided information on the SCU site with other similar sources, other sites of leading Russian universities were studied, such as those of MSU and HSE. The most and the least efficient means of stating information are highlighted.

Ключевые слова: университетский дискурс, иностранные студенты, вуз, высшее образование, международное сотрудничество, сайт университета.

Keywords: university discourse, foreign students, higher educational institution, higher education, international partnership, university site.

В связи с усиливающимися процессами глобализации всю большую значимость приобретает обучение иностранных студентов в российских вузах, что приводит к необходимости изучения университетского дискурса как важного фактора в привлечении новых абитуриентов.

В первую очередь следует разграничивать образовательный и университетский дискурс. Как отмечает В. В. Максимов, Е. В. Найдёен и А. Н. Серебренникова, образовательная деятельность может реализовываться как в институциональных, так и свободных контекстах (репетиторство, самоподготовка, тренинги и т.д.), университетское же общение традиционно включает в себя научно-образовательный дискурс [Максимов, 2010, с. 200], что предполагает подбор определенных языковых средств, специальной тематики и стиля.

Согласно А. А. Финогеевой и Н.С. Олизько, университетский дискурс обуславливает «использование коммуникативно-прагматического подхода к изучению особенностей использования языковых единиц участниками коммуникации в единстве прагматических свойств языковых единиц и их обусловленности параметрами общения (время, место, участники, их статус, знания, верования, опыт)» [Финогеева, 2022, с. 220]. Потребность в формировании позитивного имиджа и его массовое распространение привело к созданию университетами аккаунтов на различных медиа платформах, таких как Телеграм и ВКонтакте, которые отличается своими языковыми и стилистическими особенностями в связи со сферой употребления. Тем не менее, основным источником формирования имиджа является университетский сайт. Поэтому чем эффективнее структура сайта и манера предоставления информации, тем адекватнее восприятие данного учебного заведения, что особо актуально для иностранных пользователей ведь у них нет сразу прямого доступа к официальным медиа платформам.

Анализ структуры и языкового оформления сайта ЧелГУ представлены в исследовании Ю. Е. Кочневой, О. Д. Пастуховой и Е. А. Титовой. Лингвисты анализируют функциональность сайта с точки зрения выполнения им определенных функции и приходят к выводу о том, что главная страница в основном выполняет информативную и фатическую функции и характеризуется официальным стилем. Обилие фотографий и иллюстраций реализует эмотивную функцию [Кочнева, 2022, с. 110]. Мы же в данном исследовании рассмотрим эффективность представления информации для иностранных студентов. Для этого рассмотрим сайты ведущих вузов России, а именно МГУ и ВШЭ.

Сайты вузов, безусловно, являются первостепенным источником основных сведений; их эффективность в предоставлении информации чаще всего играет решающую роль в выборе учебного заведения, поэтому первое чему уделяется наибольшее внимание – это главная страница («home page»). В первую очередь необходимо отметить, что при открытии сайтов МГУ и ВШЭ на каждой странице предлагается опция перевода на английский язык, англоязычный сайт ЧелГУ существует отдельно от русскоязычной версии, что не совсем удобно при изначальном поиске.

Первая страница сайта МГУ рассказывает об истории вуза и характеризуется использованием формальной лексики («convene») и научного стиля («elitism», «Enlightenment») [msu.ru/en/]. Первые страницы сайтов ЧелГУ и ВШЭ, посвящены новостям, что не совсем актуально для иностранных студентов, так как им в первую очередь важна информация о вузе. Однако на сайтах Челгу и МГУ сразу предоставляются ссылки на медиа платформы: Instagram, Facebook, Twitter, ВКонтакте, что представляется особо актуальным для современной молодежи.

Большое внимание на сайте ЧелГУ уделяется эмблеме («the seashell» или «the snail») и слогану («more than just university»). Через них описываются особенности университета: «The Snail' is the symbol of the philosophical spiral model of the world evolution: from primitive to complex, from a tiny spot to the Universe, from empirical knowledge to theory» [csu.ru/en/]. Научно-популярный стиль в данном контексте привлекает внимание и завораживает, вызывая желание поближе познакомиться с системой обучения в вузе.

Домашняя страница ВШЭ отличается наличием повторов («one of Russia's top universities», «one of the preeminent economics and social sciences universities») и обилием прилагательных в превосходной степени («the highest academic standards», «the best international teaching and research practices») [hse.ru/en/]. Перечисление лучших достижений создаёт образ превосходства, но, с другой стороны, создаёт впечатление надменности и заносчивости.

Страничка международного сотрудничества тоже имеет свои особенности у каждого вуза. ВШЭ описывает свои достижения в данной области, иллюстрируя их ссылками на

последние новости. МГУ перечисляет партнеров и приводит количественный показатель по иностранным студентам и программам, предлагая сразу опровергнуть сообщение тем, кто заинтересовался данными программами. ЧелГУ описывает историю международного сотрудничества, не отсылая к конкретным программам или цифрам, что звучит не очень убедительно и вызывает ряд вопросов.

Другой вопрос частый поисковый запрос на сайтах связан с проживанием. Страничка «Accommodation» на сайте МГУ описывает современные условия проживания («Residence halls are a set of modern campuses for students», «They are provided with all the conditions for comfortable stay, self-study and scientific work, recreation, doing sports, participation in the university cultural life»). Аналогичная страничка ВШЭ представляется не очень информативной и содержит лишь краткое упоминание о нехватке мест в общежитиях («HSE University's dormitory system cannot host all students who require accommodation»). Более того, чтобы попасть на данную страницу, надо пройти ряд ссылок. Страничка ЧелГУ предоставляет фотографии общежитий и краткое описание условий проживания («The dormitory is a nine-storey building. Students are accommodated in rooms for 2 and 3 people») [csu.ru/en].

В данной работе представлены лишь некоторые особенности официальных страниц сайтов трех университетов России. Каждый вуз обладает универсальными и специфическими особенностями. Проанализировав данный материал, мы пришли к выводу, что для повышения эффективности представления информации на сайте ЧелГУ, необходимо учитывать ряд факторов, которые могли бы быть более удобными для иностранных пользователей. Во-первых, необходимо, чтобы русскоязычная версия сайта содержала ссылку на англоязычную в целях удобства пользования. Наиболее продуктивной информацией для иностранцев являются сведения о вузе, следовательно, уместнее было бы представить основные сведения на главной странице сайта, а не в последующих вкладках. Новостные ссылки могут быть приведены ниже. Страничка с информацией о международном сотрудничестве должна быть дополнена свежими новостями и более подробной информацией о программах и количестве студентов. Описание мест для проживания иностранных студентов необходимо сопроводить подробной информацией с использованием более красочных языковых средств, например, эпитетов и прилагательных в превосходной степени.

Таким образом, сайт вуза играет не маловажную роль в привлечении иностранных студентов, поэтому основные страницы должны быть детальными и информативными. В связи с большой конкуренцией образовательных услуг, университет должен уделять более пристальное внимание технической составляющей сайтов и его языковому оформлению. Необходимо также принимать во внимание эмоциональную составляющую, делая сайт визуально более привлекательным и интерактивным.

Список литературы

1. Кочнева, Ю. Е. Прагматические особенности Университетского дискурса (на материале сайта ЧелГУ и официальной группы) / Ю. Е. Кочнева, О. Д. Пастухолва, Е. А. Титова // Вестник Челябинского государственного университета, 2022. – № 9 (467). – С. 106-113.
2. Максимов, В. В. Концептуальное ядро университетского дискурса / В. В. Максимов, Е. В. Найдён, А. Н. Серебренникова // Известия ТПУ, 2010. – № 6. – С. 199-203.
3. Финогеева, А. А. Мультиmodalность университетского дискурса / А. А. Финогеева, Н. С. Олизько // Вестник ЧелГУ, 2022. – №9 (467). – С. 218-225.
4. Chelyabinsk State University. URL : <https://csu.ru/en/>
5. HSE University. URL : <https://hse.ru/en/>
6. Lomonosov Moscow State University. URL : <https://msu.ru/en/>

Е. С. КРАСНОПЕЕВА, С. С. КРАЕВА
Челябинский государственный университет
(Челябинск, Россия)

**ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ЛИНГВИСТИКА И ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЕ:
ТОЧКИ ПЕРЕСЕЧЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ИНТЕРВЬЮ С ПЕРЕВОДЧИКАМИ
ПРЕДПРИЯТИЙ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ)**

**THE COMMON GROUND OF ORGANISATIONAL LINGUISTICS AND
TRANSLATION STUDIES (BASED ON INTERVIEWS WITH IN-HOUSE
TRANSLATORS OF CHELYABINSK REGION COMPANIES)**

Исследование выполнено за счёт гранта
Российского научного фонда № 23-28-10218,
<https://rscf.ru/project/23-28-10218/>,
и Челябинской области в Челябинском
государственном университете.

Аннотация

Формирование обыденного представления о «механизации» перевода подчёркивает актуальность исследований, направленных на описание включённости переводчика в широкие организационные и производственные контексты. В докладе приводится рассуждение об общности задач, принципов и теоретико-методологических оснований организационной лингвистики и функционального подхода к переводу и профессиональной идентичности переводчика. Несмотря на высокую значимость, исследования перевода и институциональной коммуникации на предприятиях сопряжены с определённым набором ограничений, в числе которых конфиденциальный характер как собственно исходных и переводных текстов, так и внешних и внутренних коммуникаций отдела переводов. Описывается исследование с применением метода интервью; указывается на возможность изучения профессиональной идентичности переводчика на основании полученного корпуса материалов.

Abstract

The emerging common perception of the mechanistic nature of the translator's tasks highlights the relevance of research that emphasises the embeddedness of translation in a broad range of organisational and industrial contexts. This paper discusses the commonalities of the main goals, principles and methodological foundations of organisational linguistics and the functional approach to translation and the translator's professional identity. Yet, despite its growing importance, research on institutional translation and communication is subject to a number of constraints, including the confidential nature of the source and target texts and the external and internal communications of the in-house translation departments. We outline the aims of the case study employing the interview method and point out the potential for exploring the translator's professional identity on the basis of the interview corpus.

Ключевые слова: организационная лингвистика; переводоведение; профессиональная идентичность переводчика; интервью; отраслевой перевод; межъязыковая коммуникация.

Keywords: organisational linguistics; translation studies; translator's professional identity; interview; industry translation; interlingual communication.

«Работа переводчика, как правило, остаётся незаметной для широкой публики, и её важность недооценивается. Переводчик / переводческая компания стремится показывать широкой публике значимость профессии на конкретных примерах, с обязательным соблюдением конфиденциальности»

Этический кодекс переводчика
[<https://translation-ethics.ru/code/>]

В рамках функционального подхода в переводоведении профессиональные задачи переводчика определяются как задачи эксперта, «который специализируется на создании текстов как носителей намерения в совокупности с другими носителями для транскультурного переноса намерения, являя тем самым образец общественной кооперации» (Ю. Хольц-Мянттяри цит. по [Прунч, 2009, с. 184]). Именно теория переводческой деятельности Ю. Хольц-Мянттяри и скопос-теория Х. Фермеера и К. Райс дали начало современным коммуникативным, коммуникативно-прагматическим и социокогнитивным подходам в переводоведении, определили новый научный взгляд на перевод с оптикой и задачами, отличными от сформированных прикладной лингвистикой на первом этапе развития дисциплины.

Опираясь в своих исследованиях на реальную переводческую практику, функционалисты 1980-х боролись с обыденным представлением о переводчике как о «человеке с улицы, который купил словарь и пытается разбирать тексты, как на уроке иностранного языка» [Snell-Hornby, 2006, с. 59]. Сегодня расширение возможностей машинного перевода для решения бытовых и неспециальных задач, а также феномены краудсорсингового и любительского перевода оказывают влияние на формирование обыденного представления о межъязыковом переводе как о механическом процессе, выполняемом нажатием кнопки в приложении. Формирование нового компонента значения слова «переводчик» на протяжении десятилетия можно проследить и в популярных запросах в поисковых системах: так, наиболее частотные сочетания со словом «переводчик» в Яндекс Вордстат [<https://wordstat.yandex.ru/>] в июле 2024 года – «переводчик с русского», «онлайн с английского на русский», «по картинке», «гугл», «дипл» и т. п.

Современная теория перевода рассматривает технологии, в том числе машинный перевод, как неотъемлемую, базовую часть инструментария для реализации функций переводчика [O'Brien, 2022], однако компетенция переводчика-эксперта в отраслевых контекстах не может ограничиваться проверкой готового текста, созданного нейросетью. Тем не менее, существовавший во все времена образ невидимого посредника, работу которого наблюдать со стороны достаточно сложно, приводит к формированию обыденного представления о переводе как профессии – «пенсионерке» [Атлас новых профессий, 2015, с. 269]. Соответственно, существует необходимость вновь вернуться к теории экспертной деятельности Ю. Хольц-Мянттяри, акцентировать внимание на специфике профессионального устного и письменного перевода, в том числе существенной роли условий, в которых происходит переводческая деятельность.

Материалом для исследований, подчёркивающих экспертный характер перевода, всё чаще становится метаперевод (в понимании В. Б. Кашкина) или профессиональный переводческий дискурс [Новикова, 2021]. Специфика работы, роль переводчика и его профессиональная идентичность как эксперта в штатном отделе переводов – один из актуальных вопросов не только для глобального переводческого сообщества, но и для предприятий региона.

В теоретико-методологических основаниях ключевых исследований практики перевода на местах, проводимых в зарубежных контекстах (см., например, работы научной школы Х. Риску [Milošević, 2020] и др.), видится ряд параллелей с основополагающими принципами и основаниями концепций лингвистики организации и коммуникативного аудита, разработанных Челябинской психолингвистической школой организации [Харченко, 2012; Шкатова, 2016; Шкатова, 2021]. Ключевые точки пересечения лежат в

деятельностных основаниях подходов, ориентация исследований на изучение языковой среды организации, интерес к профессиональной культуре специалиста.

Включённость коммуникативной деятельности переводчика в предметную деятельность заказчика – в разветвлённые социотехнические сети предприятий – может изучаться на основе интервью, полевого наблюдения, опросов, а также качественных методов лингвистики и теории коммуникации (см. обзор в [Краснопеева, 2023]). Безусловно, как организационная лингвистика, так и ориентированный на изучение реальных контекстов социокогнитивный подход в переводе, акцентируют внимание на необходимости анализа собственно процессов коммуникации (и создания переводного текста) в реальных производственных контекстах, наблюдения взаимодействия переводчиков в коллективе и их действий в среде предприятия.

При этом исследования реальной переводческой практики на местах – непростая инициатива ввиду ряда факторов. Как показывают Е. Милошевич и Х. Риску, не имея ясного представления о целях и задачах того или иного научного проекта, специалист, скорее всего, откажется участвовать в исследовании. Наблюдение как метод, и в некоторой степени интервью как метод, зачастую воспринимается потенциальным респондентом как метод оценки качества его работы [Milošević, 2020]. Поскольку в практике перевода основополагающий фактор – доверие заказчика, переводчики, руководствуясь принципами деонтологии перевода, неохотно (даже при условии анонимизации данных) делятся своим опытом с исследовательскими группами [Ibid.].

Как показывает наш опыт, потенциал изучения аутентичных примеров межъязыковой коммуникации на предприятиях региона ограничен, поскольку подобные материалы носят конфиденциальный характер. Соответственно, одним из немногих методов, позволяющих получить релевантный речевой материал, является интервью с переводчиками. Повышению доверия к исследовательской группе способствует включение в научный коллектив опытных переводчиков – практиков и исследователей. Как показывают [Basov et al.], налаженное партнёрство предприятий и университетов коррелирует с наличием личных контактов исследовательских групп и представителей отрасли. Взаимодействие науки, образования и бизнеса – сложный путь (ввиду разнородности целей и задач трёх групп акторов), но при этом один из самых эффективных для стимулирования инноваций [Ibid.].

В 2023–2024 гг. мы провели серию интервью с переводчиками семи различных организаций Челябинской области (общей длительностью более 10 ч.). Разрабатывая структуру интервью, мы ставили задачу выделить ключевые коммуникативные ситуации и сценарии контактного и технологически опосредованного взаимодействия, типичные для отделов переводов и внешнеэкономической деятельности предприятий Челябинской области. Проведённая разметка материалов показывает, что ответы респондентов могут использоваться также для изучения профессиональной идентичности переводчика в организации, для выявления структур обыденного и специального знания, поиска закономерностей их взаимодействия в когнитивном аспекте для описания факторов самоидентификации переводчиков как членов профессионального сообщества и работников определённой организации. Подобные дескриптивные исследования профессионального дискурса имеют прикладной характер, поскольку позволяют обозначить направления для формирования коммуникативной компетенции специалиста.

Список литературы

1. Атлас новых профессий 2.0. 2015 г. // Школа управления СКОЛКОВО. – URL : <https://www.skolkovo.ru/public/media/documents...> (дата обращения: 07.08.2024).
2. Краснопеева, Е. С. Сетевая природа переводческой констелляции (на примере отдела переводов регионального коммерческого предприятия) // Научный диалог. – 2023. – Т. 12, № 8. – С. 156-178.

3. Новикова, Э. Ю. Переводческий дискурс 4.0 : разнообразие форматов, жанров и трендов // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2021. – Т. 20, № 3. – С. 5-17.
4. Прунч, Э. Пути развития западного переводоведения. От языковой асимметрии к политической ; пер. с нем. – М. : Р. Валент, 2015. – С. 512.
5. Харченко, Е. В. Новое призвание филологов: Лингвистика организации / Е. В. Харченко, Л. А. Шкатова // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. – 2012. – Т. 11, № 9. – С. 235-240.
6. Шкатова, Л. А. Методика коммуникативного аудита организации // Челябинский гуманитарий. – 2016. – № 2(35). – С. 40-45.
7. Шкатова, Л. А. Репрезентация профессионального сознания в языке // Российская психолингвистика: итоги и перспективы (1966–2021). – М. : Институт языкознания Российской академии наук, 2021. – С. 224-231.
8. Basov, N. Personal communication ties and organizational collaborations in networks of science, education, and business / N. Basov, V. Minina // Journal of Business and Technical Communication. – 2018. – Vol. 32. – № 3. – P. 373-405.
9. Milošević, J. Situated cognition and the ethnographic study of translation processes: Translation scholars as outsiders, consultants and passionate participants / J. Milošević, H. Risku // Linguistica Antverpiensia, New Series: Themes in Translation Studies. – 2020. – Vol. 19. – P. 111-131.
10. O'Brien, S. Translation Technology – The Dark Horse of Translation? / S. O'Brien // 50 Years Later. What Have We Learnt after Holmes (1972) and Where Are We Now? – Las Palmas de Gran Canaria : Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, 2022. – P. 93-104.
11. Snell-Hornby, M. The Turns of Translation Studies. New Paradigms or Shifting Viewpoints? Amsterdam, Philadelphia : John Benjamin Publishing Company, 2006. – P. 219.

А. И. КРИВОРУЧКО

Пермский национальный исследовательский
политехнический университет
(Пермь, Россия)

**ЭКОЛОГИЯ ЯЗЫКА И ФИЛОЛОГИЧЕСКАЯ ТОПОЛОГИЯ:
НА ПЕРЕСЕЧЕНИИ КУЛЬТУР И НАУК**

**ECOLOGY OF LANGUAGE AND PHILOLOGICAL TOPOLOGY:
AT THE CROSS OF THE CULTURES AND SCIENCES**

Аннотация

В статье рассматривается проблематика «места» в контексте исследований о пространстве, которое рассматривается как социокультурный конструкт. Авторы обращают внимание на значимость изучения пространственных взаимоотношений, находящихся на пересечении процесса перевода, филологической топологии и экологии языка для обеспечения гармоничного сосуществования носителей различных лингвокультур в окружающей среде. Результатами исследования является краткое описание направлений исследований филологической топологии. Выдвигается идея использования тополо-

гии в переводческом процессе как инструмента формирования экологически гармоничного контакта между различными лингвокультурами. Подчеркивается перспектива изучения топологических аспектов языка в перспективе перевода с учетом экологических аспектов как направления для развития неизученного на сегодняшний день направления в отечественном переводоведении, – «экологии» перевода.

Abstract

The article studies the problem of “place” within the researches devoted to space questions, which is considered as a socio-cultural construct. The authors draw attention to the importance of analyzing the spatial relationships at the intersection of the translation process, philological topology and ecology of language to provide the harmonious mutual relationship between the representatives of different lingvocultures in the environment. The results of the study lie in the brief description of the areas of philological topology researches. The idea of using topology in the translation process as a tool to form an ecologically harmonious contact between different lingvocultures is put forward. It is underlined the prospect of studying the topological aspects of the language in the perspective of translation, taking into account environmental aspects, used as a direction for the development of an unexplored area in Russian translation studies to date – “ecotopology” of translation.

Ключевые слова: филологическая топология, экология языка, экология перевода, переводческое пространство, пространственные взаимоотношения в переводе.

Keywords: philological topology, ecology of language, ecology of translation, translation space, spatial relationships in translation.

Сегодня научное знание практически во всех областях своего развития претерпевает «пространственный поворот», – наука, технологии, общество – все, в целом, направлено на изучение пространства как «социокультурного конструкта», результат взаимоотношений между множественными субъектами антропо-ориентированного современного сообщества. Этот интерес ученые объясняют следующим образом: «Интерес к проблематике «мест» в исследованиях науки оформился во второй половине XX в. на основе открытий философии науки, культурной антропологии, символического интеракционизма» [Никифорова, 2021, с. 78].

Проблематика «места» интересовала и по сей день интересует современных отечественных и зарубежных ученых. Как подчеркивают исследователи, к топологическому освоению своей проблематики стремятся многие социальные и культурные теории [Lury, Parisi, Terranova, 2012].

В рамках данного исследования нас интересуют пространственные взаимоотношения, которые возникают на пересечении процесса перевода, филологической топологии и экологии языка как науки, которая должна обеспечивать лингвогеобиоценоз, – «гармоничное или негармоничное существование носителей языка со средой обитания» [Белозерова, 2013, с. 11]. Достижение этой цели становится первостепенной задачей в ситуации межкультурной и межъязыковой коммуникации, когда гармоничное или негармоничное сопresутствие представителей различных языковых сообществ зависит от экосреды контактирующих языков.

Прежде чем обратиться к рассмотрению выстроенной триады, уместно кратко характеризовать направления изучения проблем, связанных с топологической перспективой в филологической парадигме. Отечественные и зарубежные ученые изучают различные аспекты, связанные с изучением пространственных взаимоотношений, функционирующих в естественном языке или же в языке других лингвокультур, – начиная с вопросов, касающихся топонимов (А.Н. Беляев, О.П. Воронцова, М.Я. Выходцева, В.А. Жучкевич,

Л.Я. Костючук, Н.Ф. Мокшин, Э.М. Мурзаев, В.П. Нерознак и др.); фразеологизмов и концептов (Е.М. Верещагин, Т.А. Зуева, М.Л. Ковцова, В.Г. Костомаров, О.П. Пивоварова, Т.М. Филоненко и др.); пространственной терминологии (Г.М. Василевич); значений отдельных лексических единиц (О.Ю. Богуславская, Л.М. Васильев, В.Л. Ибрагимова, Г.И. Кустова, Н.К. Рябцева, Е.С. Яковлева); морфологических и синтаксических конструкций с пространственным значением (Е.С. Кубрякова, Е.А. Земская, С.М. Колесникова, Г.С. Двинянинова, М.С. Исмаилов, Ю.А. Левицкий, А.А. Закарян, Т.В. Жукова, Е.А. Кибрик); заканчивая вопросом варьирования и инвариантности разнообразных филологических объектов и стратегий перевода с точки зрения топологической перспективы [Полубиченко, 2018; Din, 2006; Dan, 2021].

Отметим, что в традиционном понимании, топология – это раздел математики, согласно которому геометрические фигуры или пространства в объективном мире могут оставаться неизменными после непрерывной деформации. С точки зрения теории перевода, топология в когнитивном аспекте дает представление о сохранении инвариантности/вариативности оригинальной информации, текста в условиях изменений, трансформаций, которые совершают все звенья цепи: автор – переводчик – реципиент [Dan, 2021]. Подчеркнем, что в рамках данного исследования мы лишь кратко теоретически обозреваем вопросы по предложенной тематике, не останавливаясь на эмпирическом аспекте, но преследуя их в перспективе дальнейшего изучения.

Развивая методологический аппарат филологической топологии, Л.В. Полубиченко подчеркивает: «...вся филология насквозь топологична (выд. нами): ...все в ней в той или иной степени повторяется, будучи основано на преемственности, на творческом усвоении и развитии традиций предшествующих эпох...» [Полубиченко 2018, с. 4]. В продолжение этих идей, мы предположили возможность использования идеи топологии в рамках переводческого процесса и экологии языка. На наш взгляд, пространство перевода также топологично, то есть имеет пространственные ориентиры и координаты, характеризуются определенными отношениями связанными/несвязанными с временными, и, вместе с тем, оно ориентировано на достижение гармоничного, а значит, экологичного контакта представителей различных лингвокультур. Этот критерий качественного перевода разрабатывают в своих исследованиях отечественные лингвисты применительно к экологии перевода как самостоятельного направления, – Л.В. Кушнина, Е.М. Плюснина (2016), Е.А. Фоменко (2024), Н.Н. Белозерова (2012, 2013).

В своих работах Л.В. Кушнина и Е.А. Фоменко и опираются на новейшие достижения из сферы экотранслатологии, которые разрабатываются китайскими учеными-переводоведами, а именно, в трудах Ху Гэньшэня [Hu, 2020] который выдвинул идею «экологического баланса, многомерного преобразования текста, адаптации к экосреде, что обуславливает экологичность текста перевода и приводит к смысловой соразмерности» [Кушнина, Фоменко, 2024].

Идеи достижения баланса в пространстве перевода, которое имеет пространственные, геометрические очертания, ранее подчеркивал франко-американский ученый, литературовед, Дж. Стайнер, который соотносил данный процесс с образом резинового листа и нарисованным на нем треугольником. Насколько узнаваемой останется геометрическая фигура, когда лист изгибают, сворачивают трубочкой или конусом. Процесс сгиба листа разными способами он сравнил с переводом на другие языки литературно-художественных произведений. Ученый развивал герменевтическую модель перевода, которая состоит из четырех этапов, а именно: предварительное доверие, агрессивное вторжение, инкорпорация и восстановление баланса [Steiner, 1975].

В нашем понимании, данные этапы переводческого процесса соотносятся с соблюдением/несоблюдением принципов сохранения и презервации смыслов исходного текста/

дискурса в текст/дискурс перевода, – продукта, который переводчик инкорпорирует в лингво-, эко- и топосреду культуры-реципиента. В качестве задачи для дальнейшего исследования мы видим разработку понятийного аппарата «экотопологии» (термин наш, – А.К.) перевода.

Список литературы

1. Белозерова, Н. Н. Методические параметры для проведения научно-исследовательских работ в области экологии языка и эколингвистики // Экология языка на перекрестке наук: сб. ст. 3-1 междунар. науч. конф. : в 2 ч. Ч. 1. – Тюмень : Издательство Тюменского государственного университета, 2013. С. 7–18.
2. Белозерова, Н. Н. Эколингвистика: в поисках методов исследования / Н. Н. Белозерова, Н. В. Лабунец. – Тюмень: Тюменский государственный университет, 2012. – С. 256.
3. Кушникова, Л. В. Экология перевода: предпосылки зарождения и пути развития: монография / Л. В. Кушникова, Е. М. Плюшина. – Пермь : ПГНИУ, 2016. – С.156.
4. Кушникова, Л. В. Переводчик как субъект экотранслатологии / Л. В. Кушникова, Е. А. Фоменко // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – 16 (1). – 2024. – С. 59–68.
5. Никифорова, Н. В. Места знания : пространственный поворот в исследованиях науки, технологий и общества // Социология науки и технологий. – 2021. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mesta...> (дата обращения: 26.09.2024).
6. Полуличенко, Л. В. Филологическая топология. Теория и практика : монография – М. : Издательство «Флинта», 2018. – С. 280.
7. Халина, Н. В., Аникин, Д. В. Топологический поворот в лингвистических исследованиях // Международный научно-исследовательский журнал. – 2017. – № 11 (65). – URL : <https://research-journal.org/archive...> (дата обращения: 27.09.2024).
8. Hu, G. Eco-Translatology, Towards an Eco-paradigm of Translation Studies – Singapore : Springer, 2020. – P. 312.
9. Lury, S., Parisi, L., Terranova, T. Introduction: The Becoming Topological of Culture // Theory, Culture & Society. – 2012. – Vol. 29. – № 4/5. – P. 3–35.
10. Steiner, G. After Babel – Oxford University Press, 1975. –P. 520.
11. 丁旭辉 翻译的 “不变性” 和 “可变性” 种拓扑学视角 – 2006. – (4-176). – P. 237–240 [Din S. “Invariance” and “Variability” in Translation Studies – a Topological Perspective // Bulletin of the South-West University of Nationalities? – 2006. – 4-176. – P. 237–240. (In Chin.)].
12. 巫丹认知拓扑学视域下的翻译策略研究 – 2021. – 47. – P. 232–233 [Dan U. Research of translation strategies from the point of view of cognitive topology // Charming China. – 2021. – 47. – P. 232–233. (In Chin.)].

М. С. ЛАНТУХ

Челябинский государственный университет
(Челябинск, Россия)**РЕЧЕВОЙ КОНФЛИКТ В ДРАМАТУРГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ
(НА МАТЕРИАЛЕ ПЬЕСЫ А.В. ВАМПИЛОВА «СТАРШИЙ СЫН»)****SPEECH CONFLICT IN DRAMATURGICAL DISCOURSE
(ON THE MATERIAL OF A.V. VAMPILOV'S PLAY 'THE ELDEST SON')****Аннотация**

В статье рассматривается понятие речевого конфликта в малоизученной области – драматургическом дискурсе. Материалом исследования послужили конфликтные речевые акты в пьесе А. В. Вампилова «Старший сын». При анализе данных примеров особое внимание уделяется определению целеустановок коммуникантов, языковых средств, стратегий и тактик, использованных в конфликте, последствиям для сюжета и развития образов героев. Авторы приходят к выводу, что конфликтный речевой акт не только раскрывает сущность драматического конфликта, но и дает автору возможность создать многогранный образ, максимально приближенный к реальности. Анализ подобных литературных примеров в перспективе дает возможность изучить типологические языковые конфликтные ситуации, которые в реальной языковой среде не поддаются дословному описанию. Именно поэтому исследование конфликтов, зафиксированных именно в драматургическом дискурсе, имеет большой потенциал для развития прагмалингвистики.

Abstract

The article deals with the concept of speech conflict in a little-studied area - dramaturgical discourse. The material of the research is the conflict speech acts in A. V. Vampilov's play 'The Eldest Son'. When analysing these examples, special attention is paid to determining the communicants' goal-setting, linguistic means, strategies and tactics used in the conflict, consequences for the plot and the development of characters' images. The authors conclude that the conflict speech act not only reveals the essence of dramatic conflict, but also gives the author the opportunity to create a multifaceted image that is as close to reality as possible. The analysis of such literary examples in the perspective gives an opportunity to study typological linguistic conflict situations, which in the real linguistic environment do not lend themselves to verbatim description. That is why the study of conflicts fixed exactly in dramaturgical discourse has a great potential for the development of pragmalinguistics.

Ключевые слова: драматургический дискурс, конфликтный речевой акт, стратегия, диалог.
Keywords: dramaturgical discourse, conflict speech act, strategy, dialogue.

В современной лингвистике понятие речевого конфликта (конфликтного коммуникативного акта) в основном рассматривается с точки зрения социо-, психо- и прагмалингвистики. По В. С. Третьяковой, «речевой конфликт – это столкновение сторон, состояние противоборства партнеров в процессе общения по поводу несовпадающих интересов, мнений, коммуникативных намерений, которые выявляются в ситуации общения» [Салькова, 2021]. Лингвистический анализ коммуникативной составляющей речевого конфликта и способов ее выражения играет важную роль в развитии современной прагмалингвистики. Об этом свидетельствует большое количество работ, посвященных конфликту, разнообразие материала, а также особая практическая ценность этих ис-

следований, которая заключается в описании эффективных речевых стратегий поведения в конфликтном коммуникативном акте.

В современной лингвистике речевой конфликт активно изучается на материале различных типов дискурса: разговорного (В. С. Третьякова [Третьякова, 2003]; Л. Р. Комалова [Комалова, 2018]), политического (Ю. В. Вознесенская [Вознесенская, 2010]; Е. В. Сапрыкина [Сапрыкина, 2007]), дискурса СМИ (И. В. Коноваленко [Коноваленко, 2009]; Е. В. Белова [Белова, 2015]) и т.д.

Одним из основных источников изучения речевого конфликта, представленных в современной лингвистике, является драматургический дискурс. А. В. Зиньковская указывает, что драматургический дискурс «взаимодействует с диалогическим дискурсом в его комбинированной конфигурации – письменно-устной реализации» [Жукаева, 2014]. Обращение именно к драматургическому дискурсу обусловлено тем, что основой этого речевого пространства является диалог – минимальный предмет исследования лингвистической конфликтологии.

В современной лингвистике на материале драматургического дискурса изучаются различные аспекты речевого конфликта. Чанышева З. З. анализирует невербальное проявление конфликта, в частности, различные проявления проксемаических кодов в прямой речи героев и в репликах автора [Чанышева, 2012]. Хруненкова А. В. использует драматический материал современных авторов с целью продемонстрировать особенности интолерантных форм речевого общения, присущих носителям русской языковой картины мира. Драматургический дискурс рассматривается как вариант письменной фиксации максимально приближенных к реальности конфликтных ситуаций [Хруненкова, 2010]. Старостина Ю. С. исследует лингвистические способы выражения несогласия основе англоязычной драматургии. Автор также отмечает, что драматургический дискурс «вполне достоверно отражает черты живого английского языка, поскольку стилизованные диалоги драматургических произведений отражают общую употребительность конструкций в сфере живой разговорной речи» [Старостина, 2014].

Салькова М. А. и Мамсурова З. Р. также используют пьесы британских авторов при анализе бытования конфликта в англоязычной лингвокультуре. Исследователи подходят к явлению конфликта как к концепту, описывая его типично фреймовую структуру, отмечая при этом «возможность глубокого проникновения в динамику лингвокультуры конфликта англоговорящего народа» [Салькова, 2021].

Жукаева З. Р. рассматривает влияние речевого конфликта на развитие британской театральной драматургии. Автор использует синергетический подход, чтобы использовать в анализе совокупность лингвистических и экстралингвистических условий, определяющих конфликт как «сложную саморегулирующуюся систему» [Зиньковская, 2015].

Гулакова И. И. описывает типологию языковых средств, являющихся показателем использования коммуникантами тех или иных речевых тактик в конфликтной ситуации общения. Предложенная классификация на данный момент является основополагающей для всего направления изучения аномальных речевых ситуаций в коммуникативной лингвистике [Гулакова, 2004].

Голованева М. А. изучает русские политические пьесы XX века и на их основе описывает особенности речевого выражения политического конфликта [Голованева, 2011].

В работах исследователей встречается как зарубежный, так и отечественный материал. Обобщив полученные выводы, можно утверждать, что с практической точки зрения во всех работы, основанных на выдержках из драматических произведений, за основу взята идея о тождественности речи героев драматического дискурса речи носителей языка, благодаря чему возникает возможность проекции полученных результатов на углубление знаний в области лингвокультурологии языка пьесы.

Как видим, при всем многообразии исследуемого материала в зону внимания исследователей не попали ставшие классическими произведения российских (советских) драматургов второй половины XX века. Между тем, драматургические произведения этого периода представляют собой интересный материал не только для литературоведческого, но и для лингвистического, в том числе и коммуникативно-прагматического анализа, поскольку в пьесах известных драматургов данного периода (А. Н. Арбузова, В. С. Розова, А. М. Володина и др.), с одной стороны, представлены реалистичные коммуникативные ситуации, которые реализуются при помощи типичных языковых и речевых средств и могут быть экстраполированы на реальную коммуникацию, с другой – лингвистический анализ речевого взаимодействия героев позволяет понять художественную специфику произведения.

Выбор материала исследования для данной статьи обусловлен тем, что А. В. Вампилов является не просто известным драматургом данного периода, но и автором, пьесы которого активно включаются в современный театральный репертуар [Прошин, 2024]. Одной из наиболее известных пьес А. В. Вампилова является пьеса «Старший сын». «Пьеса «Старший сын» – своеобразная философская притча; тема семьи, родного крова, любовь к ближнему преподносятся в ней в традициях нравственного рассказа, назидательного и поучительного. Семья Сарафановых берётся Вампиловым в качестве модели мира. Основную идею пьесы можно обозначить как поиск человеком нравственных опор, держащих дом и мир любовью человека к другому человеку» [Литература и язык, 2006].

Материалом исследования послужили конфликтные диалоги, представленные в данной пьесе.

Цель нашего исследования – выявить особенности репрезентации речевого конфликта в разговорном диалоге на материале драматургического дискурса сер. XX века.

Методы исследования: коммуникативно-прагматический и стилистический анализ.

Актуальность исследования определяется, с одной стороны, тем, что разговорный бытовой диалог в условиях драматургического дискурса позволяет соотнести специфику речевого поведения коммуникантов с их личностными характеристиками и отношениями, что не всегда возможно в отношении реального конфликтного диалога, с другой – способствует более глубокому пониманию драматургического произведения. Для демонстрации этих возможностей мы выбрали диалоги между Васенькой и Макарской, Васенькой и Ниной как наиболее показательные в данном контексте.

ВАСЕНЬКА. О, кого я вижу!

МАКАРСКАЯ. А, ЭТО ТЫ.

ВАСЕНЬКА. Привет!

МАКАРСКАЯ. Привет, кирюшечка, привет. Что ты здесь делаешь? (*Идет к деревянному домику.*)

ВАСЕНЬКА. Да так, решил немного прогуляться. Погуляем вместе?

МАКАРСКАЯ. Что ты, какое гулянье — холод собачий. (*Достает ключ.*)

ВАСЕНЬКА (*встав между нею и дверями, задерживает ее на крыльце*). Не пущу.

МАКАРСКАЯ (*равнодушно*). Ну вот. Начинается.

ВАСЕНЬКА. Ты мало бываешь на воздухе.

МАКАРСКАЯ. Васенька, иди домой.

ВАСЕНЬКА. Подожди... Давай поболтаем немного... Скажи мне что-нибудь.

МАКАРСКАЯ. Спокойной ночи.

ВАСЕНЬКА. Скажи, что завтра ты пойдешь со мной в кино.

МАКАРСКАЯ. Завтра увидим. А сейчас иди спать. А ну пусти!

ВАСЕНЬКА. Не пущу.

МАКАРСКАЯ. Я пожалуюсь твоему, ты достукаешься!

ВАСЕНЬКА. Почему ты кричишь?

МАКАРСКАЯ. Нет, это наказание какое-то!

ВАСЕНЬКА. Ну и кричи. Мне, может быть, даже нравится.

МАКАРСКАЯ. Что нравится?

ВАСЕНЬКА. Когда ты кричишь.

МАКАРСКАЯ. Васенька, ты меня любишь?

ВАСЕНЬКА. Я?!

МАКАРСКАЯ. Любишь. Что-то плохо ты меня любишь. Я тут в кофте стою, замерзла, устала, а ты?.. Ну пусти, пусти...

ВАСЕНЬКА (*сдается*). Ты замерзла?..

МАКАРСКАЯ (*открывая ключом дверь*). Ну вот... Умница. Раз любишь — надо слушаться. (*На пороге.*) И вообще: я хочу, чтобы ты меня больше не ждал, не следил за мной, не ходил по пятам. Потому что из этого ничего не выйдет... А сейчас иди спать. (*Входит в дом.*)

ВАСЕНЬКА (*приближается к двери, дверь закрывается*). Открой! Открой! (*Стучит.*) Открой на минутку! Мне надо тебе сказать. Слышишь? Открой!

МАКАРСКАЯ (*в окне*). Не ори! Весь город разбудишь!

ВАСЕНЬКА. Черт с ним, с городом!.. (*Садится на крыльцо.*) Пусть подымаются и слушают, какой я дурак!

МАКАРСКАЯ. Подумаешь, как интересно... Васенька, поговорим серьезно. Пойми ты, пожалуйста, у нас с тобой ничего не может быть. Кроме скандала, конечно. Подумай, глупенький, я тебя старше на десять лет! Ведь у нас разные идеалы и все такое — неужели вам этого в школе не объясняли? Ты должен дружить с девочками. Теперь в школе, кажется, и любовь разрешается — вот и чудесно. Вот и люби кого полагается.

ВАСЕНЬКА. Не говори глупостей.

МАКАРСКАЯ. Ну хватит! Хороших слов ты, видно, не понимаешь. Ты мне надоел. Надоел, ясно тебе? Уходи, и чтоб я тебя здесь больше не видела!

ВАСЕНЬКА (*подходит к окну*). Хорошо... Больше ты меня не увидишь. (*Скорбно.*) Никогда не увидишь.

МАКАРСКАЯ. Совсем мальчик спятил!

ВАСЕНЬКА. Встретимся завтра! Один раз! На полчаса! На прощанье!.. Ну что тебе стоит!

МАКАРСКАЯ. Ну да! От тебя потом не отвяжешься. Я ведь вас прекрасно знаю.

ВАСЕНЬКА (*вдруг*). Дрянь! Дрянь!

МАКАРСКАЯ. Что?!. Что такое?!. Ну и порядки! Каждая шпана может тебя оскорбить!.. Нет, без мужа, видно, на этом свете не проживешь!.. Иди отсюда. Ну!

Молчание.

ВАСЕНЬКА. Прости... Прости, я не хотел.

МАКАРСКАЯ. Уходи! Баиньки! Щенок бесхвостый! (*Захлопывает окно.*)

Васенька бредет в свой подъезд.

В диалоге Васеньки (младшего сына главного героя Сарафанова) и Макарской (соседки Сарафановых, в которую влюблен Васенька) речевой конфликт обусловлен противоположными целеустановками коммуникантов: цель Васеньки – пообщаться с Макарской, установить с ней более близкие отношения; цель Макарской – отказать от общения с Васенькой. Это противоречие очевидно уже на этапе начальных реплик героев: этикетная приветственная реплика Васеньки Кого я вижу! традиционно используется для выражения неожиданной радости, тогда как речевая реакция Макарской выражает откровенное разочарование и пренебрежение: А, это ты...

Судя по тому, что Васенька нарочно подстраивает «случайную встречу», Макарская уже высказывала ему свою позицию по поводу их отношений. Цель Васеньки – не столько закончить конфликт, который не был завершен при предыдущем разговоре, сколько

показать, что он не намерен его продолжать. Очевидно, что если целеустановка Васеньки изначально не предполагает деструктивного варианта речевого поведения, то целеустановка Макарской потенциально конфликтогенна, поскольку любой отказ всегда нежелателен для собеседника. Конфликт развивается по мере того, как Васенька осознает это противоречие в целеустановках и не принимает отказ собеседника от коммуникации. Тем не менее, он пытается реализовать свою целеустановку при помощи как конструктивных (просьбы, уговаривание, извинение и др.), так и деструктивных тактик (угрозы, императивные тактики, оскорбление). Герой бессистемно чередует эти тактики, по-видимому, до конца не осознавая их влияние на собеседника. Например, просьба Скажи, что завтра ты пойдешь со мной в кино и императив с обоснованием Открой на минутку! Мне надо тебе сказать. Слышишь? сменяется чистым императивом, угрозой Не пуцу, Хорошо... Больше ты меня не увидишь. (*Скорбно.*) Никогда не увидишь, а затем снова мольбой Встретимся завтра! Один раз! На полчаса! На прощанье!.. Ну что тебе стоит!, оскорблениями Дрянь! Дрянь!, извинениями Прости... Прости, я не хотел. На протяжении речевого акта он демонстрирует поведение деструктивного типа личности: развертывает конфликт физическим ограничением собеседника (Не пуцу), желает подчинить его интересы своим не только с помощью императива (Скажи, что завтра ты пойдешь со мной в кино), но и аргумента к жалости (Больше ты меня не увидишь. (*Скорбно*) Никогда не увидишь). Деструктивность поведения поддерживается и юношеским максимализмом в восприятии чувств: герой ведет себя вызывающе (Пусть поднимаются и слушают, какой я дурак!, агрессивно (Дрянь! Дрянь!), нелогично (Встретимся завтра! Один раз! На полчаса! На прощанье!..). На синтаксическом уровне восклицательные предложения выражают раздражение героя, который встречает решительный отпор со стороны своего собеседника и который исчерпал все доступные ему аргументы. Такая непоследовательность речевого поведения обусловлена, одной стороны, тем, что он коммуникативно не готов к конфликту (т.е. изначально не рассматривал вариант коммуникации с противодействием со стороны собеседника), с другой – возрастными характеристиками персонажа: отсутствием коммуникативного опыта, повышенной эмоциональностью. В отличие от Васеньки, Макарская последовательно реализует стратегию отстранения от собеседника в соответствии с коммуникативной целеустановкой. В исследуемом диалоге конфликтогенность данной стратегии обусловлена тем, что коммуникант (Макарская) постоянно эксплицитно или имплицитно подчеркивает возрастное неравенство, занимая при этом позицию старшего по возрасту, т.е. отводя себе доминирующую роль в коммуникативном акте, тогда как целеустановка Васеньки (установить более близкие отношения, вызвать ответное чувство) такое неравенство не предусматривает. Данная стратегия реализуется по отношению к собеседнику как постоянная «игра на понижение»: насмешливые уменьшительные обращения, нарушение коммуникативного взаимодействия и т.п).

Макарская в этом речевом акте выступает на лидирующей позиции, и ей не составляет труда отражать конфликтогенную агрессию Васеньки. Её речевое поведение конструктивно: хотя она и стремится достичь своей цели, но при этом старается убедить в необходимости этого решения и собеседника. Композиция ее реплик градационна, в отличие от Васеньки, она зависит исключительно от поведения собеседника, а не от эмоций. Она спокойна, внешне даже равнодушна. Её слова и угрозы не воспринимаются Васенькой всерьез (Я пожалуюсь твоему, ты достукаешься!). Первый ее аргумент мягкий, имплицитный, психологический: она использует апелляцию к жалости и к чувствам собеседника, стараясь закончить конфликт, не допуская его до критической стадии (Ты меня любишь? <...> Что-то плохо ты меня любишь. Я замерзла, устала...). Видя, что собеседник не способен справиться с эмоциями и что ее нежелание вступать в конфликт распаляет его еще больше, Макарская приводит логические аргументы (...у нас с тобой ничего не

может быть, ...я тебя старше на десять лет!) в сдержанной, но поучительной манере с позиции старшего (Пойми ты, пожалуйста..., Послушай, глупенький..., но и эти слова Васенька не способен воспринимать, поскольку они имеют обратный эффект – напоминают о его молодости, неопытности – о том, что мешает ему быть ведущим в этом диалоге. Терпение и сдержанность Макаарской исчерпаны, и она переходит последнему способу завершения конфликта – грубой и прямолинейной речи, показывающей серьезность ее намерений (Ты мне надоел. <...> Уходи, и чтоб я больше тебя здесь не видела!), а на оскорбление реагирует зеркально, не принимая извинений, при этом задевая гордость собеседника уменьшительно-ласкательными словами и упоминанием возраста (Мальчик, Баиньки, Щенок бесхвостый).

Очевидно, что этот конфликт не может быть решен с помощью компромисса, так как целеустановки героев противоположны. Поэтому финал диалога приносит негативные эмоции обоим героям. Макаарская, с одной стороны, добивается своей цели: Васенька уходит. Однако в следующем диалоге она уже стремится загладить впечатление от этого конфликта, жалеет, что была слишком строга с ним и оттолкнула от себя ухажера – то есть меняет свою целеустановку. Васенька же, хотя и соглашается с позицией героини, но остается униженным, что не способствует успешной коммуникации в дальнейшем. В результате при следующем конфликте он даже прибегает к угрозе физической расправы: *...(хватает ее за руку). Я... я убью тебя!*», которую впоследствии попытается привести в исполнение.

Схожее поведение коммуникантов присутствует и в диалоге Васеньки и Нины. Однако здесь Васенька, разозленный итогом своего конфликта с Макаарской, сам не готов идти на компромисс. Нина же, как и Макаарская, в большинстве конфликтных диалогов пьесы является ведущим коммуникантом и демонстрирует это во всем строе своей речи. В диалоге с Васенькой это опять выражено во взаимоотношении старший-младший; опытный-неопытный.

НИНА. Накатал?

ВАСЕНЬКА. Твое какое дело?

НИНА. А теперь идивручи ей свое послание, возвращайся и ложись спать.

Где отец?

ВАСЕНЬКА. Откуда я знаю!

НИНА. Куда его понесло ночью?.. (Берет со стола рюкзак.) А это что?

Васенька пытается отнять у Нины рюкзак. Борьба.

ВАСЕНЬКА (уступает). Возьму, когда ты уснешь.

НИНА (вытряхнула содержимое рюкзака на стол). Что это значит?.. Куда ты собрался?

ВАСЕНЬКА. В турпоход.

НИНА. А это что?.. Зачем тебе паспорт?

ВАСЕНЬКА. Не твое дело.

НИНА. Ты что придумал?.. Ты что, не знаешь, что я уезжаю?

ВАСЕНЬКА. Я тоже уезжаю.

НИНА. Что?

ВАСЕНЬКА. Я уезжаю.

НИНА. Даты что, совсем спятил?

ВАСЕНЬКА. Я уезжаю.

НИНА (присев). Слушай, Васька... Гад ты, и больше никто. Взяла бы тебя и убила.

ВАСЕНЬКА. Я тебя не трогаю, и ты меня не трожь.

НИНА. На меня тебе наплевать - ладно. Но об отце-то ты должен подумать.

ВАСЕНЬКА. Ты о нем не думаешь, почему я о нем должен думать?

НИНА. Боже мой! (Поднимается.) Если бы вы знали, как вы мне надоели!

(Собирает высыпанные на стол вещи в рюкзак, уносит его в свою комнату; на пороге останавливается.) Скажи отцу, пусть утром меня не будит. Дайте выспаться. (Уходит.)

Причин конфликта несколько: во-первых, это накопившееся раздражение обоих участников конфликта, которое ведет к неспособности адекватно оценить и принять мотивы другого человека. Во-вторых, это противоположные целеустановки: Васенька хочет уехать, а Нина ожидает, что после ее замужества именно брат останется заботиться об отце. В-третьих, различие в возрасте обуславливает поучающую интонацию, аповелительный тон со стороны Нины и по-детски дерзкие ответы Васеньки провоцируют обоих не искать способы решения конфликта, а лишь повышают общий уровень раздражения.

Нина раздражена влюбленностью Васеньки, поэтому, застав его за сочинением любовного письма, использует тактику агрессии, которая сначала имплицитно выражается в саркастической интонации, а после получения информации об отъезде Васеньки и во все перерастает открытую форму. В речи Нины часто встречаются просторечия, выражающие насмешливое, пренебрежительное отношение к предмету разговора: Накатал?, Куда его понесло ночью?. Эта интонация легко считывается коммуникантами и становится причиной начала конфликта. Далее Нина сохраняет негативную коннотацию в каждой своей реплике, используя аргументы к силе (Взяла бы тебя и убила), оскорбления (Ты что, совсем спятил?, Гад ты, и больше никто), императивы (...*об отце-то ты должен подумать*). Также она прибегает к манипуляции в аргументе к жалости (На меня тебе наплевать), однако, встречая первое аргументированное сопротивление со стороны Васеньки (Ты о нем не думаешь, почему я о нем должен думать?), завершает диалог, так как не намерена объяснять свое мнение, она убеждена, что оно очевидно для собеседника, а эмоциональная сторона конфликта ее не интересует.

Васенька использует конфронтационную стратегию речевого поведения, чтобы продемонстрировать установку против партнера по коммуникации. Его первая резкая реплика (Твое какое дело?) – это закономерная реакция на пренебрежительный тон сестры. Васенька в этом диалоге с Ниной занимает обороняющуюся позицию, поскольку знает особенности агрессивного речевого поведения своей сестры. Он осознает, что его аргументация не будет принята во внимание, но он и не пытается приводить аргументы, которые могли бы раскрыть его чувства, ведь Нина уже не раз начинала конфликт именно с критики его отношения к Макарской. Используя неполные предложения (В турпоход, Не твое дело), Васенька демонстрирует желание уйти от конфликта, повторы реплик показывают, что он не видит смысла в дальнейшем обсуждении его решения (Я уезжаю). В целом его речевое поведение дает собеседнику основание предполагать неаргументированную, эмоциональную основу его позиции.

Как и в диалоге с Макарской, конец речевого акта в данном случае не означает окончание конфликта. Видя упорство брата и не желая разбираться в причинах противоречия, Нина выбирает тактику отстранения и завершает диалог. Каждый участник остается раздраженным словами собеседника, поэтому конфликтогенное поведение сохраняется в речи обоих уже в следующих речевых актах.

Анализ конфликтных диалогов позволяет с лингвистической точки зрения определить целеустановки героев драматических текстов, выявить стратегии и тактики, которые они используют в конфликтном взаимодействии с другими героями. Таким образом, конфликтный речевой акт не только раскрывает сущность драматического конфликта, но и дает автору возможность создать многогранный образ, максимально приближенный к

реальности. Подобные литературные примеры, несомненно, являются отражением типологических языковых конфликтных ситуаций, которые невозможно дословно описать в реальной языковой среде. Так, драматический материал имеет значительный потенциал для развития лингвистической конфликтологии и культурологии.

Список литературы

1. Белова, Е. В. Модель конфликтной языковой личности в бытовом конфликтном дискурсе // Научный журнал КубГАУ. – 2015. – №114. – С. 1368–1382.
2. Вознесенская, Ю. В. Речевые стратегии конфликта в немецкой политической коммуникации (на материале парламентских дебатов в Бундестаге) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 – СПб., 2010. – С. 185.
3. Голованева, М. А. Коммуникативно-когнитивный потенциал языковых и речевых средств объективации политического конфликта в русской политической драме конца XX века // Вестник ЧелГУ. – 2011. – №20. – С. 67-71.
4. Гулакова, И. И. Коммуникативные стратегии и тактики речевого поведения в конфликтной ситуации общения : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 – Орел, 2004. – С. 152.
5. Жукаева, З. Р. Конфликтный диалог в британской драматургии как объект лингвосинергетического анализа // Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки. – 2014. – №25 (711). – С. 89-100.
6. Жукаева, З. Р. Конфликтный диалог в британской драматургии как объект лингвосинергетического анализа // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2014. – № 25 (711). – С. 89-100.
7. Зиньковская, А.В. Драматургический дискурс как статусно новое дискурсивное образование // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2 : Филология и искусствоведение. – 2015. – № 2 (153). – С. 36-42.
8. Комалова, Л. Р. Реконструкция образа предконфликтной ситуации на основе речевой продукции коммуникантов // Этнопсихолингвистика. – 2018. – № 1. – С. 126-140.
9. Коноваленко, И. В. Языковая личность в личностно-ориентированном конфликтном дискурсе // Вестник ЧелГУ. – 2009. – № 10. – С. 44-47.
10. Литература и язык. Современная иллюстрированная энциклопедия / под ред. Горкина А.П. – М.: Росмэн. – 2006. – С. 583.
11. Прошин, Е. Е. Отечественные и зарубежные писатели – лидеры театрального репертуара в сезоне 2023-2024 годов // Палимпсест. Литературоведческий журнал. – 2024. – № 1 (21). – С. 39-49.
12. Салькова, М. А. Конфликт в драматургическом произведении: размышления на перекрестке мысли и слова (к исследованию пьес британских драматургов) // Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки. – 2021. – № 8 (850). – С. 143-154.
13. Сапрыкина, Е. В. Способы репрезентации речевого действия «обвинение» в парламентском дискурсе : на материале парламентских дебатов бундестага ФРГ : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04. – Уфа, 2007. – С. 184.
14. Старостина, Ю. С. Динамика негативной оценки в англоязычном драматургическом дискурсе : монография – Прага: Sociosfera-CZ, 2014. – С. 140.
15. Третьякова, В. С. Конфликт как феномен языка и речи // Проблемы образования, науки и культуры: Известия Уральского гос. ун-та. – 2003. – № 27. Вып. 14. – С. 143–152.
16. Третьякова, В. С. Речевой конфликт и гармонизация общения : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01. – М., 2003. – С. 36.
17. Хруненкова, А. В. Интолерантные формы речевого общения в дискурсе современной драматургии : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01.— СПб., 2010. – 22 с.

18. Чанышева, З. З. Невербальные маркеры поведения в конфликтной ситуации (на материале драматургического дискурса) // Вестник ЧелГУ. – 2012. – №21 (275). – С. 132-136.

References

1. Belova, E.V. Model' konfliktnoj yazykovoj lichnosti v bytom konfliktnom diskurse [Model of a Conflictual Linguistic Personality in Everyday Conflict Discourse]. Nauchnyy zhurnal KubGAU [Scientific Journal of KubGAU]. 2015. No. 114. P. 1368–1382.

2. Voznesenskaya, Yu.V. Rechevyye strategii konflikta v nemeckoy politicheskoy kommunikatsii (na materiale parlamentskikh debat v Bundestage) [Speech Strategies of Conflict in German Political Communication (Based on the Materials of Parliamentary Debates in the Bundestag)] : dissertation ... for the degree of candidate of philological sciences : 10.02.04. St. Petersburg, 2010. P. 185.

3. Golovaneva, M.A. Kommunikativno-kognitivnyy potentsial yazykovykh i rechevykh sredstv ob'ekti-vatsii politicheskogo konflikta v russkoy politicheskoy drame kontsa XX veka [Communicative-Cognitive Potential of Linguistic and Speech Means of Objectification of Political Conflict in Russian Political Drama of the Late 20th Century] Vestnik Chelyabinskogo Gosudarstvennogo Universiteta [Bulletin of CSU]. 2011. No. 20. P. 67-71.

4. Gulakova, I.I. Kommunikativnye strategii i taktiki rechevogo povedeniya v konfliktnoi situatsii obshcheniya [Communicative Strategies and Tactics of Speech Behavior in a Conflict Situation of Communication] : dissertation ... for the degree of candidate of philological sciences : 10.02.01. Orel, 2004. P.152.

5. Zhukaeva, Z.R. Konfliktnyy dialog v britanskoj dramaturgii kak ob'ekt lingvosinergicheskogo analiza [Conflicted Dialogue in British Drama as an Object of Linguosynesthetic Analysis] Vestnik Moskovskogo Gosudarstvennogo Lingvisticheskogo Universiteta [Bulletin of MGLU]. 2014. No. 25 (711). P. 89-100.

6. Zinkovskaya, A.V. Dramaturgicheskij diskurs kak statusno novoye diskursivnoye obrazovaniye [Dramaturgical Discourse as a Status-New Discursive Formation] Vestnik Adygeiskogo Gosudarstvennogo Universiteta [Bulletin of AGU]. Series 2: Philology and Art Studies. 2015. No. 2 (153). P. 36-42.

7. Komalova L.R. Rekonstruktsiya obraza predkonfliktnoy situatsii na osnove rechevyykh produktov kommunikantov [Reconstruction of the Pre-Conflict Situation Based on Speech Products of Communicants] Vestnik Moskovskogo Gosudarstvennogo Lingvisticheskogo Universiteta [Bulletin of MGLU]. 2018. No. 1. P. 126-140.

8. Konovaleko, I.V. Yazykovaya lichnost v lichnostno-orientirovannom konfliktnom diskurse [Linguistic Personality in a Personality-Oriented Conflict Discourse] Vestnik Chelyabinskogo Gosudarstvennogo Universiteta [Bulletin of CSU]. 2009. No. 10. P. 44-47.

9. Literature and Language. Literatura i yazyk. Sovremennaya illyustrirovannaya entsiklopediya [Modern Illustrated Encyclopedia] / edited by A.P. Gorkin. Moscow: Rosman, 2006. P. 583.

10. Proshin, E.E. Otechestvennye i zarubezhnye pisateli – lidery teatral'nogo repertuara v sezone 2023-2024 godov [Domestic and Foreign Writers - Leaders of the Theatrical Repertoire in the 2023-2024 Season] Palimpsest. Literary Journal. 2024. No. 1 (21). P. 39-49.

11. Salkova, M.A., Mamsurova Z.R. Konflikt v dramaturgicheskom proyizvedenii: razmyshleniya na perekrestke mysli i slova (k issledovaniyu pies britanskikh dramaturgov) [Conflict in Dramaturgical Work: Reflections at the Intersection of Thought and Word (On the Study of Plays by British Playwrights)] Vestnik Moskovskogo Gosudarstvennogo Lingvisticheskogo Universiteta [Bulletin of MGLU]. 2021. No. 8 (850). P. 143-154.

12. Saprykina, E.V. Spособы reprezentatsii rechevogo deystviya “obvinenie” v parlament-skom diskurse: na materiale parlamentskikh debat Buntestaga FRG [Ways of Representation

of the Speech Action “Accusation” in Parliamentary Discourse: Based on the Materials of Parliamentary Debates of the Bundestag of the FRG]: dissertation ... for the degree of candidate of philological sciences : 10.02.04. Ufa, 2007. P.184.

13. Starostina, Yu.S., Kharkovskaya, A.A. Dinamika negativnoi otsenki v anglo-yazychnom dramaturgicheskom diskurse [Dynamics of Negative Evaluation in English-Speaking Dramaturgical Discourse] : monograph. Prague: Sociosfera-CZ, 2014. P. 140.

14. Tretyakova, V.S. Konflikt kak fenomen yazyka i rechi [Conflict as a Phenomenon of Language and Speech] Problemy Obrazovaniya, Nauki i Kul'tury: Izvestiya Uralskogo Gosudarstvennogo Universiteta [Problems of education, science and culture: News of the Ural State University]. 2003. No. 27. Iss. 14. P. 143–152.

15. Tretyakova, V.S. Rechevoy konflikt i garmonizatsiya obshcheniya [Speech Conflict and Harmonization of Communication] : author’s abstract of dissertation ... for the degree of Doctor of Philological Sciences : 10.02.01. Moscow, 2003. P. 36.

16. Khrunenko, A.B. Intolerantnye formy rechevogo obshcheniya v diskurse sovremennoy dramaturgii [Intolerant Forms of Speech Communication in the Discourse of Modern Drama] : author’s abstract of dissertation ... for the degree of candidate of philological sciences : 10.02.01. St. Petersburg, 2010. P.22.

17. Chanyshova, Z.Z. Neverbal’nye markery povedeniya v konfliktnoi situatsii (na materiale dramaturgicheskogo diskursa) [Nonverbal Markers of Behavior in a Conflict Situation (Based on Dramaturgical Discourse)] Vestnik Chelyabinskogo Gosudarstvennogo Universiteta [Bulletin of CSU]. 2012. No. 21 (275). P. 132-136.

Е. С. МЕНЯЙЛО, Е. А. ЛЕВИНА

Мордовский государственный педагогический
университет им. М. Е. Евсевьева
(Саранск, Россия)

МЕДИАЛАБОРАТОРИЯ КАК СРЕДСТВО ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

THE MEDIA LABORATORY AS A TOOL FOR TEACHING A FOREIGN LANGUAGE

Аннотация

Статья нацелена на рассмотрение и оценку возможностей использования медиалаборатории при обучении иностранному языку, а также на анализ условий применения данного средства обучения. В публикации описываются преимущества использования медиалаборатории в качестве вспомогательного условия при организации обучения, включающие в себя возможность создания и совершенствования языковой среды и погружение в неё обучающихся, развитие коммуникативных навыков, а также помощь в формировании творческого мышления учащихся. Также данная статья иллюстрирует методы и подходы к обучению иностранному языку, которые доступны для реализации в условиях медиалаборатории, рассматриваются примеры. Кроме того, в материале статьи описывается роль медиалаборатории в формировании гуманитарной компетенции обучающихся. Автор указывает на необходимость обеспечения информационной безопасности обучающихся при использовании медиалаборатории в качестве

средства обучения иностранному языку, а выделяет особенности, которые необходимо учитывать при проектировании занятий по иностранному языку с использованием современных информационно-коммуникационных технологий в соответствии требованиями возраста, уровню владения изучаемым языком и с учетом основных правил информационной безопасности.

Abstract

The article is aimed at considering and evaluating the possibilities of using the media laboratory in teaching a foreign language, as well as analyzing the conditions for using this teaching tool. The publication describes the advantages of using a media laboratory as an auxiliary condition for organizing training, including the possibility of creating and improving a language environment and immersing students in it, developing communication skills, as well as helping to form students' creative thinking. This article also illustrates methods and approaches to teaching a foreign language that are available for implementation in a media laboratory, and examples are considered. In addition, the article describes the role of the media laboratory in the formation of students' humanitarian competence. The author points out the need to ensure the information security of students when using a media laboratory as a means of teaching a foreign language, and highlights the features that must be taken into account when designing foreign language classes using modern information and communication technologies in accordance with the requirements of age, level of proficiency in the language being studied and taking into account the basic rules of information security.

Ключевые слова: *иностраннный язык, медиалаборатория, методика обучения иностранному языку, дидактика, средство обучения, информационная безопасность, гуманитарная компетентность.*

Keywords: *foreign language, media laboratory, methods of teaching a foreign language, didactics, teaching tool, information security, humanitarian competence.*

В наше время в образовательном процессе всё большим спросом пользуются современные технологии. Возрастает популярность, а следовательно, и количество площадок универсальных компетенций на базах высших учебных заведений. Примером такой площадки может служить медиалаборатория.

Эта оснащена большим количеством разнообразного технического оборудования и даёт возможности для формирования и развития медиакомпетенции, важной составляющей гуманитарной компетентности.

В развитии гуманитарной компетентности студентов А. В. Бедарева и Г. С. Саволайнен выделяют три уровня:

1. Ознакомительный
2. Достаточный
3. Креативный [Бедарева, 2011, с. 2].

Медиалаборатория не только способствует развитию данной компетентности, но и является условием для этого развития. Однако существуют и другие условия, одним из которых является использование интерактивных методов обучения, и в данном случае подобная технология также играет немаловажную роль [Бедарева, 2011, с. 3].

Медиалаборатория является наглядным примером площадки, предоставляющей студентам возможность использовать современное техническое оборудование и компьютерные программы для совершенствования процесса обучения.

Однако данный формат подходит не только для студентов. Занятия в медиалабораториях также доступны и для школьников, что значительно расширяет возможности современного школьного обучения. Особенно ценным ресурсом медиалаборатория является

для учителей иностранных языков, поскольку наличие такой оборудованной площадки помимо формирования гуманитарной компетентности открывает доступ к разностороннему внедрению совокупности различных приемов и методов обучения в образовательный процесс. Появляется возможность дополнительного совершенствования навыков говорения, аудирования, для должного развития которых традиционные методы пусть и подходят, но требуют больших затрат времени, что зачастую сложно вместить в школьную программу. Медиалаборатория в таком случае позволяет адаптировать обучающихся к языковой среде значительно быстрее посредством прямого столкновения с иностранной речью и необходимостью говорить.

В первую очередь, использование современных технологий озвучивания и звукозаписи способствуют формированию и укреплению мотивационного фона в процессе обучения иностранному языку. В ходе подобной деятельности учащиеся не только проявляют больший интерес к учебе, но и самостоятельно приходят к осознанию необходимости уделять внимание определенным аспектам обучения, что является немаловажным условием обучения иностранному языку [Левина, 2023, с. 4].

Во-вторых, стоит отметить указанное выше погружение в языковую среду. Благодаря использованию мультимедийных средств, обучающиеся имеют возможность чаще слышать речь носителей языка, смотреть видео, читать тексты на иностранном языке, записывая их на видео, и участвовать в интерактивных играх, что значительно улучшает восприятие языка. В рамках работы с медиалабораторией доступны такие технологии, как ток-шоу, пресс-конференция, судебное заседание, новостной блог, видеоурок и др., причем в данном случае их реализация будет происходить на более высоком уровне, поскольку их использование будет более обоснованным и мотивированным за счет приближения обыгрываемых ситуаций к реальности.

Кроме того, медиалаборатория открывает перед педагогом возможности использования сочетаний разнообразных методов и технологий обучения, в том числе коллаборативное, проектное обучение и др.

Коллаборативное обучение – это обучение, в основе которого лежит тесное взаимодействие между обучающимися или между обучающимися и преподавателем. Участники процесса получают знания через активный совместный поиск информации [Павельева, 2010, с. 9]. В данном случае медиалаборатория выступает условием для расширения спектра поиска информации и ресурсом, обеспечивающим совместную работу, поскольку подобная студия делает невозможной стационарную индивидуальную работу, тем самым делая коллективный труд ещё более привлекательным.

Технология проектного обучения отлично подпитывается внедрением современных технологий, что открывает больше новых возможностей перед обучающимися в подготовке проекта. В условиях медиалаборатории становится доступной подготовка необходимых аудио- и видеоматериалов, что позволяет сделать выбор тем и направлений более разнообразным, нежели в условиях простой работы над учебником. Здесь также доступно развитие творческой составляющей в связи с доступностью новых, интересных для обучающихся программ монтажа, фоторедактирования, звукозаписи и наложения, структурирования информации с применением наглядности. Данная технология позволяет детям воспринимать образовательный процесс не как тяжкий труд и необходимость, а в качестве активности, отвечающей их собственным требованиям и запросам, что положительно сказывается на мотивации любой образовательной деятельности.

Метод кейс-стади также доступен для реализации в условиях медиалаборатории. Решение кейсов, проблемных задач с использованием технологий видео- и аудиофиксации позволяет разнообразить привычный процесс обсуждения проблемы и поиска решения. Кейс может быть обсужден в формате подкаста в видео- или аудиозаписи. Участие в по-

добного рода деятельности также позволяет развивать навыки публичного выступления и владения собой и своей речью перед записывающими устройствами, что порой вызывает больше сложностей, чем выступление для живой аудитории.

В случае применения медиалаборатории для реализации технологии мозгового штурма доступно мгновенное создание и обновление общего виртуального «мозга» команды. Это помогает обучающимся наблюдать за ходом своих мыслей в режиме реального времени, замечая новые интересные связи и создавая некое подобие ментальной карты, структурирующей информацию.

Однако важным условием работы с использованием медиалаборатории является наличие достаточной подготовки педагога, поскольку учитель должен уметь грамотно использовать современные технологии для грамотной организации учебного процесса. Педагог является модератором всего процесса обучения во время урока, поэтому постоянное самосовершенствование является необходимым. Важным фактором для грамотной организации процесса обучения является краткий курс, нацеленный на предварительную подготовку преподавателя к работе в условиях медиалаборатории. Это нужно для того, чтобы учитель был способен использовать имеющееся оборудование максимально рационально и эффективно.

Большую важность также представляет информационная безопасность, чему педагог обязан уделять максимальное количество внимания. К сожалению, сеть Интернет обладает не только рядом полезных функций, но и способна нанести вред обучающимся. Серьёзной проблемой становится и интегрированная реклама, которая далеко не всегда соответствует возрасту пользователя.

При подготовке к уроку педагог должен привлекать к использованию исключительно проверенные сайты и программы, не включающие в себя рекламные окна и несущие в себе только достоверную информацию. В медиалаборатории сделать это сложнее, поскольку у каждого обучающегося на рабочем месте находится свой компьютер, поэтому важно также уделить время обсуждению элементарных правил информационной безопасности. Это делает медиалабораторию хорошим средством обучения безопасному использованию современных технологий. В рамках образовательного процесса дети будут закреплять навыки владения информацией, её поиска и отбора. Здесь также имеет место развитие навыков критического мышления, что положительно сказывается на обучении не только иностранному языку, но и любому другому предмету.

Медиалаборатория даёт учителю безграничные возможности при проектировании учебных занятий, однако необходимо учитывать уровень зрительной нагрузки, которой подвергаются обучающиеся. Равномерное распределение зрительного труда, а также учет индивидуальных особенностей обучающихся играют важную роль. Педагогу необходимо контролировать соблюдение режима зрительного труда во избежание вредоносного воздействия медиалаборатории и образовательного процесса, организованного в ней, на учеников. Обучающимся сложно распределять нагрузку самостоятельно, поэтому контроль этого вопроса также возлагается на педагога.

На материале данной статьи можно говорить о том, что использование медиалаборатории в процессе обучения иностранному языку открывает возможности для совершенствования и создания новых технологий обучения. Медиалабораторию можно считать подходящим средством для погружения обучающихся в языковую среду, что способствует развитию навыков общения на изучаемом языке путём организации разнообразных форматов проведения урока. Однако со стороны учителя необходимо быть готовым к применению различных современных технологий и непрерывно работать над совершенствованием своих навыков для более эффективного использования этой методики.

Список литературы

1. Бедарева, А. В. Развитие гуманитарной компетентности студентов вуза в процессе профессиональной подготовки // Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В.П. Астафьева (Вестник КГПУ). – 2011. – № 1. – С. 13-18.
2. Левина, Е. А. Формирование мотивации к изучению иностранного языка в условиях звукозаписывающей студии // Студенческие инициативы в педагогическом образовании : Сборник научных трудов по материалам Всероссийской студенческой научно-практической конференции, 9 ноября 2023 г. – Рузаевка, 2023. – С. 347-350.
3. Павельева, Н. В. Коллаборативное обучение как модель эффективной реализации образовательного процесса ; Образование. Карьера. Общество. – Кемерово, 2010. – № 3 (29). – С. 30-37.

Т. С. ОРЛОВА

Санкт-Петербургская государственная
художественно-промышленная академия им. А.Л. Штиглица
(Санкт-Петербург, Россия)

РУССКИЕ УСТОЙЧИВЫЕ СРАВНЕНИЯ КАК СРЕДСТВО РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА И ИХ ПЕРЕВОД НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

RUSSIAN STABLE COMPARISONS AS A MEANS OF REPRESENTATION OF LINGUISTIC PICTURE OF THE WORLD AND THEIR TRANSLATION INTO ENGLISH

Аннотация

Статья посвящена анализу устойчивых сравнений в русском языке, особенно в контексте их перевода на английский язык. Авторы рассматривают фразеологические единицы как отражение национального сознания и культурных особенностей, подчеркивая значимость этих элементов для понимания и передачи национального характера. В статье анализируются различия в стилистической окраске и экспрессивности сравнений в русском и английском языках, исследуются проблемы, возникающие при их переводе. Особое внимание уделяется национально-специфическим образам и их сохранению или трансформации в процессе перевода. В статье сделан обзор методов перевода устойчивых сравнений в русском языке и английском языке и способов их перевода: фразеологических аналогов и контекстуальной замены.

Abstract

The article is dedicated to the analysis of stable comparisons in Russian, particularly in the context of their translation into English. The authors examine phraseological units as reflections of national consciousness and cultural features, emphasizing the importance of these elements for understanding and conveying national character. The paper analyzes differences in stylistic coloring and expressiveness of comparisons in Russian and English, exploring issues arising during their translation. Special attention is paid to nationally-specific images and their preservation or transformation during translation. The article also includes a review of translation methods such as the use of phraseological analogs and contextual substitution, discussing their effectiveness in various situations.

Ключевые слова: фразеологические единицы, устойчивые сравнения, перевод, культурная специфика, национальное сознание, методы перевода.

Keywords: phraseological units, stable comparisons, translation, cultural specificity, national consciousness, translation methods.

Во времена, когда культурная апроприация стала проблемой века, а люди все чаще спорят о том, где пролегает та грань между уважением к чужой культуре и ее идентичности, бережным отношением к истории и традициям национальностей и их оскорблением, обращение к истокам и к языку является одним из лучших решений.

Сравнение является одним из самых ярких выразителей языковой картины мира и национально-специфичной семантики того или иного народа. В аспекте перевода и существования в исходном языке устойчивые сравнения тоже представляют особый интерес: для писателей и переводчиков они могут становиться концентратом образности, который дает неожиданную характеристику.

Изучая исследование А.А. Рыженковой, мы определяем, какой потенциал заключен в образном компоненте сравнения: «он служит для выражения оценки, экспрессии, содержит яркий национально-специфический образ, маркирован стилистически. В статье проанализированы многочисленные примеры сравнений в лингвокультурном аспекте. На основе анализа выявлено, что образный и оценочный компоненты лексического значения существенно различаются в английском и русском языках. Стилистический компонент также имеет национальные черты: английское сравнение может принадлежать к разговорному стилю, а его русский эквивалент – к книжному» [Рыженкова, 2020, с. 282].

А. А. Рыженкова отмечает, что «несмотря на наличие универсальных сравнений (их количество незначительно), в которых образный компонент совпадает, в целом сравнения можно охарактеризовать как языковые единицы с выразительным национальным колоритом. Несовпадение образов влечет разницу в общей оценке, экспрессии и стилистической принадлежности сравнений» [Рыженкова, 2020, с. 283].

Устойчивые сравнения как часть фразеологической системы современного русского литературного языка представляют собой не до конца освоенную область, при этом попытки систематизации русских сравнений предпринимались ранее (см. словарь «Устойчивых сравнений русского языка» В.М. Огольцева [Огольцев, 1992] который, однако, издан в формате пособия для учащихся национальных школ и не отражает результаты полноразмерного лексикографического опыта освоения всего массива устойчивых сравнений; богатый, достаточно полный «Большой словарь русских народных сравнений» В.М. Мокиенко и Т.Г. Никитиной, включивший в себя 45000 русских сравнений [Мокиенко, Никитина, 2008]). Несмотря на это, русские устойчивые сравнения редко описывались с точки зрения репрезентации языковой картины мира (за исключением работы Л.Г. Бойко «Устойчивые сравнения как одна из форм репрезентации языковой картины мира» [Бойко, 2016]). Кроме того, мы считаем важным рассмотреть этот пласт фразеологии в переводческом аспекте, поскольку все утраченные при переводе национально-специфичные компоненты могут являться основанием для описания русской языковой картины мира.

Настоящая статья является этапом на пути к систематизации и лексикографированию материала репрезентации языковых картин мира.

Для сплошной выборки русских устойчивых сравнений был использован «Фразеологический словарь русского литературного языка» А.И. Федорова, из которого были выбраны устойчивые сравнения. Переводные контексты, включающие устойчивые сравнения (компаративные фразеологизмы), были собраны в параллельном русско-ан-

глийском корпусе, который является одним из разделов Национального корпуса русского языка.

В параллельном корпусе представлены оригинальные тексты на русском языке и их переводные версии на иностранных языках (в том числе на английском). Для жанрового разнообразия в двуязычных корпусах представлены и рассматривались тексты разных функциональных стилей. Выделенные контексты были использованы для сопоставительного переводческого анализа.

В английском языке устойчивое сравнение передается стилистически неокрашенной идиомой «bad luck» дважды («На краю Ойкумены» и «Метель»). Идиоматичность не утрачивается при переводе устойчивого сравнения «как назло» с помощью идиом «as though to spite him», «as luck would have it», «as if to thwart him», «as if fate had turned against them» – подбор таких идиом для перевода устойчивого сравнения «как назло» можно назвать наиболее удачным из вариантов перевода. Фразеологические эквиваленты довольно точно передают смысл и значение сравнения. Среди приведенных контекстов есть также 4 контекста, в которых устойчивое сравнение в ПЯ утрачено и не отражено другими средствами в предложении («Николай Островский. Как закалялась сталь», Анатолий Кузнецов. Бабий Яр и дважды в «И возвращается ветер...» Владимира Буковского). Думается, что несмотря на значительные затруднения, связанные с «труднопереводимостью» **многих устойчивых сравнений**, «как назло» не относится к их числу и переводчикам в основном удастся передать значение фразеологической единицы.

Маркерами отличной языковой картины мира являются переводы компаративных фразеологизмов с помощью фразеологического аналога, описательного перевода и контекстуальной замены.

Передача устойчивого сравнения при переводе на другой язык с помощью описательного перевода нивелирует стилистическую окраску разговорного стиля и снимает экспрессию любого рода («как назло» – «bad luck»). Потерю идиоматичности и выразительности в ПЯ также влечет за собой описательный перевод («как потерянный» – «helplessly» или «desperately», «как в воду опущенные» – «looking so miserable»). Одно лишь устойчивое сравнение в тексте оригинала «окрашивает предложение», придавая ему черты устного дискурса.

Выбор фразеологического аналога при переводе может говорить о том, что в языке-реципиенте отсутствует образ, на котором основано переносное значение устойчивого сравнения («как снег на голову» – «have turned up out»; «как в воду кануть» – «he's just vanished into thin air»; «как банный лист» – «like a leech»; «как сыр в масле кататься» – «living on the fat of the land»; «как в аптеке» – «everything will be just dandy»; «как сапожник» – «I do get soaked»)

При переводе идиом с географическими и культурными референциями необходимо использовать контекстуальные замены. Это особенно важно при адаптации русских фразеологизмов в английский язык, где нужно учитывать национальные особенности выражений, например, перевод «как обухом по голове» как «I was flabbergasted» и «как горькая редька» как «he was sick to death of her». Использование фразеологических эквивалентов при переводе таких выражений на английский является довольно редким явлением.

Фразеологический эквивалент – это фразеологизм на языке перевода, который соответствует по всем показателям переводимой единице и сохраняет весь комплекс ее значений. Часто применение фразеологического эквивалента не обеспечивает точное совпадение всех значений переводимого выражения. В случае, когда оба языка заимствуют одинаковый фразеологизм, его значение может измениться в одном из языков. В результате такие выражения будут похожи внешне, но отличаться по смыслу, как в случае с устойчивым сравнением «как с гуся вода» – в русском языке устойчивое сравнение имеет

значение «Совершенно безразлично, никак не действует на кого-либо» и второе значение «Легко, быстро, бесследно исчезает, забывается», а в английском языке устойчивое сравнение имеет значение «Быть мимолетным присутствием; не иметь длительного влияния на кого-то или что-то».

Фразеологический аналог устойчивого сравнения «как сквозь землю провалиться» – «seemed to have vanished into thin air». В случае отсутствия фразеологического эквивалента, в языке перевода подбирается фразеологизм с таким же переносным значением, основанном на ином образе. Использование соответствия этого типа обеспечивает достаточно высокую степень эквивалентности, но в части передачи национально-специфичных смыслов значительно проигрывает.

Не обнаруживаются национально-специфичных смыслов у устойчивых сравнений, принадлежащих идеографическому полю «Движение, перемещение – неподвижность» – в этих случаях подобран фразеологический эквивалент, описательный перевод используется только для одного из устойчивых сравнений – как вкопанный («stops stock-still on all four legs»). Перевод также характеризуется однообразием конструкции сравнения в языке перевода – используются сравнительные конструкции с *as* и *like*: «как ветром сдуло» – «as if swept off by a gust of wind»; «как на крыльях лететь» – «as though he had wings on his feet»; «как лист перед травой» – «like a leaf before the grass»; «как вкопанный» – «stops stock-still on all four legs»; «как ужаленный» – «as if stung».

Похожая тенденция характерна и для идеографического поля «Отношения между людьми, чувства-отношения». Думается, что устойчивые сравнения идеографического поля «отношения между людьми, чувства-отношения» опознаются носителями разных языков без особого труда, что может быть обусловлено спецификой идеографического поля – наблюдается общая тенденция к переводу устойчивых сравнений с помощью калькирования. Калькирование национально-окрашенных фразеологических единиц возможно лишь в тех случаях, когда русская реалия достаточно хорошо известна английскому читателю или может без труда быть понята им. Калькирование (то есть дословный перевод) уместен лишь в случае, когда образность русской идиомы однозначно понятна носителю английского языка, и в результате получается красивая и естественная фраза («быть как за каменной стеной» – «feel like a stone wall»; «жили как чужие» – «lived like a strangers»; «разошлись как в море корабли» – «have parted like ships at sea»).

Список литературы

1. Бойко, Л.Г. Устойчивые сравнения как одна из форм репрезентации языковой картины мира // Известия ВГПУ. – Волгоград, 2016. – С. 99-104.
2. Гумбольдт, В. Язык и философия культуры. – М., 1985. – С. 370.
3. Мокиенко, В. М. Большой словарь русских народных сравнений / В. М. Мокиенко, Т. Г. Никитина. – М. : Олма, 2008. – С. 800.
4. Огольцев, В.М. Устойчивые сравнения русского языка: пособие для учащихся национальных школ. – СПб : Просвещение, 1992. – С. 176.
5. Рыженкова, А. А. Особенности английских и русских сравнений в лингвокультурологическом аспекте // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2020. – №3. – С. 278-284.
6. Фёдоров, А. И. Фразеологический словарь русского литературного языка : Фразеологический словарь русского литературного языка. – URL : <http://rusyaz.niv.ru/doc/...> (дата обращения: 19.08.2024).

Т. Г. Попова

Военный университет им. князя Александра Невского
Министерства обороны Российской Федерации,
(Москва, Россия)

ОСНОВЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

THE BASICS OF INTERCULTURAL COMMUNICATION

Аннотация

Статья посвящена описанию основ межкультурной коммуникации и ее прагматики на базе комплексного подхода с использованием совокупности методов исследования. В работе используются такие методы, как контекстуальный анализ, лингвостатистический метод, дискурсивный и структурно-смысловой методы, контекстуальный анализ, метод лингвистического моделирования, а также корреляционный и культурологический анализы. Автор статьи отмечает большой вклад профессора Людмилы Александровны Шкатовой в разработку теории и практики межкультурной коммуникации. В работе уделяется весомое внимание взаимоотношению языка, сознания и культуры. В статье описываются слои культуры как системы воззрений, приводится целый ряд важных условий для эффективного межкультурного общения. Автор статьи выделяет общий код межкультурного коммуникативного акта, который отражает экстралингвистическую информацию, способствующую тому, что получатель межкультурного коммуникативного послания имеет возможность корректно распаковать закодированную адресантом межкультурную информацию.

Abstract

The article is devoted to the description of the basics of intercultural communication and its pragmatics based on an integrated approach using a set of research methods. The work uses such methods as contextual analysis, linguistic statistical method, discursive and structural-semantic methods, contextual analysis, linguistic modeling method, as well as correlation and cultural analyses. The author of the article notes the great contribution of Professor Lyudmila Alexandrovna Shkatova to the development of the theory and practice of intercultural communication. The work pays significant attention to the relationship between language, consciousness and culture. The article describes the layers of culture as a system of views, provides a number of important conditions for effective intercultural communication. The author of the article identifies a common code of an intercultural communicative act, which reflects extralinguistic information that contributes to the fact that the recipient of an intercultural communicative message has the opportunity to correctly unpack the intercultural information encoded by the addressee.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, перевод, язык, речь, фоновая информация, смысл.

Keywords: *intercultural communication, translation, language, speech, background information, meaning.*

Вопросы, связанные с межкультурной коммуникацией, занимают умы практиков, преподающих как русский, так и самые различные иностранные языки. Особенности взаимоотношения языка, культуры и коммуникации проходят красной линией также в изысканиях теоретиков, проводящих свои исследования в самых разных парадигмах знания.

Так, например, еще в 1999 году в Челябинском государственном университете на базе договора с сектором психолингвистики и теории коммуникации Института языковедения Российской Академии наук по инициативе профессора Людмилы Александровны Шкатовой и при ее самом непосредственном активном участии была образована вузовская академическая лаборатория межкультурных коммуникаций, сотрудники которой с самого начала своей работы уделяли и уделяют пристальное внимание таким насущным проблемам коммуникации, как варианты взаимодействия, эффективность речи, речевая агрессия, восприятие информационного сообщения, вербальное, невербальное воздействие на собеседника и, в целом, на аудиторию и т.д.

Важным условием межкультурного общения является не только отличное владение иностранным языком, не только знание культуры другого народа, но и «крепкая опора», т.е. речь здесь идет о надежном фундаменте своей родной культуры. Именно такой крепкой опоре подвластно придавать силы участнику коммуникативного акта при общении с представителями другой лингвокультуры. Об этом обстоятельстве также неоднократно говорила Людмила Александровна Шкатова, которую всегда отличала любовь к родному языку и культуре своей родной страны.

Поэтому совершенно неслучайны слова профессора Л.А. Шкатовой [Шкатова, 2000, с.106-107] относительно того, что «речевое поведение всегда было одним из главных показателей принадлежности к нации, не случайно русские поначалу называли всех иностранцев «немцами», то есть немыми, не умеющими слово молвить» и вообще вести себя, как принято в данной национально-культурной среде». В другой работе Л.А. Шкатова [Шкатова, 2006, с. 426] подчеркивает свою точку зрения на то, что «осознание себя и своей культуры особенно необходимо в настоящее время, когда надвигается прямая угроза уничтожения национальных культур под натиском всеобщей американизации».

При переходе с языка на язык коммуникантам необходимо не только эффективно использовать языковые ресурсы, но также весьма важно переходить с культуры на культуру. Здесь вопрос встает о слоях культуры как системы воззрений. Отметим, что к слоям культуры относятся наружный и средний слои, а также ядро культуры. Наружный слой культуры состоит из артефактов, тогда как средний слой культуры представлен различными ценностями, традициями и нормами. Ядро культуры состоит из концепций, имеющих самое непосредственное отношение к существованию человечества. Межкультурная коммуникация как средства общения, передачи информации от одной культуры к другой, находит свое применение во всех сферах культуры, соприкасаясь со всеми слоями культуры.

Терминологическая единица «межкультурная коммуникация» означает общение между представителями различных культур, например, личные контакты между людьми, так и самые разнообразные опосредованные формы коммуникативного акта, к примеру, массовая коммуникация и письменность. Как мы видим, термин «межкультурная коммуникация» обладает широкой семантикой, поэтому вполне объяснимо, что исследователи, работающие в различных областях языковедческой и культурологической науки, находят свои предметы и объекты интегральных изысканий в рамках межкультурной коммуникации. С.Г. Тер-Минасова [Тер-Минасова, 2000, с. 13], отмечая широкий спектр межкультурной коммуникации, полагает, что межкультурная коммуникация - это «общение людей, представляющих разные культуры». Реципиентом и отправителем межкультурного коммуникативного акта, будучи представителями тех или иных ценностей, конкретных норм и правил поведения, а также традиций и предпочтений, выступают конкретные реальные люди, представляющие собой носителей той или иной лингвокультуры.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что при переходе с одного языка на другой язык участники коммуникативного акта переходят в пространство другой культуры с ее характерными особенностями, нормами правил поведения, смыслами, образами, ценностями, символами, представлениями и тому подобное. Говоря иными словами, речь здесь идет о грамматике жизни представителей определенной лингвокультуры. Реципиент и отправитель сообщения в ходе коммуникативного процесса оказываются в пространстве объединяющих их интересов. В качестве базы для подобного единения выступает обоюдная цель. Подобный коммуникативный акт представляет своеобразную связку, объединяющую адресата и адресанта на микроуровне.

«О поле мегауровня следует говорить применительно к цивилизационному полю. Коммуникативное поле имеет свои целевые установки. Каждое поле имеет свои особенности коммуникации. Внутри поля в зависимости от стратегических задач могут быть свои тактические приемы и доминирующие установки. Но необходимо помнить, что не всегда доминирование своей конкретной позиции может представлять оптимальный вариант межкультурной коммуникации. Нередко свои положительные плоды с меньшими потерями, а подчас и с большими приобретениями, дает так называемая азиатская дипломатия. Подобная тактика заключается в своеобразной выжидательной позиции, направленной на то, чтобы можно было, говоря образно, расцвести всем цветам» [Попова, 2024, с. 12-13].

Эффективная межкультурная коммуникация возможна при ряде условий. Среди таких важных условий следует, например, назвать корректное декодирование межкультурных вербальных и невербальных символов, что, в свою очередь, требует наличия у отправителя и получателя межкультурного информационного сообщения общего коммуникативного кода. Именно в нем находят свое отражения экстралингвистическая информация, которая способствует тому, что получатель межкультурного коммуникативного послания сможет корректно распаковывать закодированную адресантом межкультурную информацию. Здесь также важен лексический фон, под которым подразумевается комплексная составляющая образов, которые на основе самых различных ассоциаций формируются в сознании индивида. О подобном процессе также говорится в научном труде Е. М. Верещагина и В. Г. Костомарова [Верещагин, Комаров, 1990, с.43], которые подчеркивают, что «знания, о которых мы говорим, хранятся в памяти человека и, соответственно, коллектива, но их актуализация зависит от потребности, нужды в них и протекает не одновременно, а последовательно».

В качестве лексического фона при процессе межкультурной коммуникации можно, например, привести ряд фразеологических единиц, используемых англо-американским военным социумом. Эти фразеологические единицы передают семантику общей составляющей специфики этнического социума. Демонстрируя это явление, приведем фразеологическую единицу, используемую в англо-американском военном подязыке '*blue nose certificate*', что передается на русский язык как «запись в послужном списке о прохождении службы в условиях Крайнего Севера». Отметим еще один подобный пример, «*blue on blue*», что на русский язык переводится, как «гибель солдат от огня своих войск». Таким образом, данная фразеологическая единица отражает пейеротивность, показывая не просто трагическое событие, а «дважды трагическое событие».

Приведенные нами фразеологические единицы не обладают прямыми аналогами в других лингвокультурах. Они являются лакунарно-устойчивыми или безэквивалентно-устойчивыми оборотами. Однако при этом мы должны подчеркнуть, что подобные фразеологические единицы, обладая специфическим лексическим фоном, являются вполне корректно воспринимаемыми для членов своей профессиональной группы единой лингвокультуры, поскольку образная составляющая этих национально-культурных элементов в силу общего кода декодируется адекватно.

Таким образом, мы рассмотрели основы межкультурной коммуникации и пришли к выводу, что в рамках межкультурной коммуникации изучаются проблемы, связанные с многочисленными вопросами взаимовлияния сознания, языка и культуры. Важным условием для эффективной межкультурной коммуникации является адекватное восприятие получателем информации как вербальных, так и невербальных знаков и символов и, как результат, - адекватное декодирование закодированных кодов и культурных смыслов.

Список литературы

1. Верещагин, Е. М. Язык и культура : Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного / Е. М. Верещагина, В. Г. Костомаров. – М. : Рус. яз., 1990. – С. 246.
2. Попова, Т. Г. О прагматике межкультурной коммуникации // Ученые записки НТГСПИ. Серия : История и Филология. Научный журнал Нижнетагильского государственного социально-педагогического института. – 2024. – №1 (24). – С. 8-22.
3. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М: Наука, 2000. – С. 165.
4. Шкатова, Л. А. Лингвокультурологический аспект фольклора // Первые Лазаревские чтения. – Челябинск, 2001. – С. 107–108.
5. Шкатова, Л. А. Народная культура и культура народа: осознание и самопознание // Третьи Лазаревские чтения: Традиционная культура сегодня : теория и практика. – Челябинск, 2006. – Т. 2. – С. 425–430.
6. Шкатова, Л. А. Национально-культурные стереотипы поведения и их отражение в фольклоре // Динамика фольклорной традиции на современном Урале. – Челябинск, 2000. – С. 107–109.

Т. В. САЛЫНСКАЯ, А. А. ЯСНИЦКАЯ
Государственный университет управления
(Москва, Россия)

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК КАК ИНСТРУМЕНТ КОММУНИКАЦИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ КОНТЕКСТЕ

FOREIGN LANGUAGE AS A TOOL OF COMMUNICATION IN A PROFESSIONAL CONTEXT

Аннотация

Статья посвящена вопросам преподавания английского языка для специальных целей в парадигме высшего профессионального образования. Считается, что любой вид коммуникации говорящего требует от него структурированных фоновых знаний по смежным дисциплинам и возможности их оформления на иностранном языке средствами изучаемого иностранного языка. Более того, в рамках дисциплины «Иностранный язык» можно не только поддерживать преемственность обучения при переходе с одного курса на другой в рамках реализации указанной дисциплины, но и учитывать возможности расширения общего и профессионально направленного кругозора, повышения культуры мышления и анализа, навыков межкультурной обыденной и профессиональной коммуникации. Авторов интересовал процесс формирования иноязычной профессиональной коммуникативной компетенции и уровень готовности студентов к участию в межкультурном профессиональном взаимодействии.

Abstract

The article analyzes the issues of teaching the English language for specific purposes in the paradigm of higher professional education. It is believed that any type of communication of the speaker requires him to have structured background knowledge in related disciplines and the ability to formalize them in a foreign language using the means of the foreign language. Studying the foreign language, it is possible not only to maintain continuity of learning when moving from one course to another within the framework of the implementation of this discipline, but also to analyze the possibilities of expanding general and professionally oriented horizons, improving the culture of thinking and analysis, intercultural and professional communication. The authors were interested in the process of developing foreign language professional communicative competence and the level of students' readiness to participate in intercultural professional interaction.

Ключевые слова: коммуникация, компетенции, профессиональные цели, языковые навыки, иностранный язык, образование, успех.

Keywords: communication, competencies, professional goals, language skills, foreign language, education, success.

Достижения в области коммуникационных технологий и социальных сетей привели к значительному увеличению взаимодействия и общения людей по всему миру.

Появившись в 1960-е годы как самостоятельная ветвь преподавания английского языка в рамках прикладной лингвистики, английский для специальных целей (ESP) характеризуется как преподавание и изучение английского языка, при котором целью учащихся является использование английского языка в конкретной области.

Говоря об учебной дисциплине, называемой ESP, необходимо отметить, что сама по себе идея изучать язык в той сфере, в которой человек специализируется, уходит корнями в древность [1]. История развития ESP насчитывает более полувека и связана с революцией в лингвистике середины прошлого века, ориентацией на прагматические цели образования и пониманием того, что главной целью является обучающийся с его нуждами и запросами. Именно это способствовало появлению и развитию ESP и сформировало наше сегодняшнее представление об этом предмете [3].

Обычно считается, что отрасли исследований и преподавания ESP включают английский язык для академических целей (EAP), английский язык для профессиональных целей (EOP), английский язык для деловых целей (EBP) и другие.

В настоящее время развитие профессиональной *коммуникации* используется в качестве основной концепции, фокусирующейся на развитие коммуникационных процессов, запланированных и активированных как средство достижения профессионального успеха выпускников высшей школы.

Сложный характер ESP означает, что преподавателям ESP требуются дополнительные компетенции, включая знание содержания предмета, который они преподают, знание особенностей языка, связанных с предметом, используемым в конкретных профессиональных или академических контекстах, а также знание как методологии преподавания языка, так и методологии преподавания конкретных дисциплин [2]. межкультурной профессиональной коммуникации.

Преподавание английского языка для специальных целей (ESP) на университетском уровне должно выходить за рамки приобретения, закрепления и практики традиционных языковых навыков. ESP – это обучение английскому языку, основанное на реальных и неотложных потребностях студентов, которым необходимо успешно выполнять реальные задачи, не связанные с простой сдачей экзамена. ESP основан на потребностях и ориентирован на профессиональные задачи. Преподавание ESP требует усилий, отнимает

много времени и различно для каждой группы учащихся. ESP – это вызов для всех кто его преподает, и он предлагает практически неограниченные возможности для профессионального роста. Следовательно, преподаватели должны корректировать учебные материалы, цели обучения и дидактические стратегии, чтобы дать возможность обучаемым приобрести профессиональные навыки посредством иностранного языка.

Большинство курсов ESP необходимо адаптировать в соответствии с академическим контекстом, социальными требованиями и профессиональным профилем обучающихся, следовательно, необходимо развитие общей стратегией для разработки или улучшения курсов и материалов ESP, а также адаптации методологий и содержания к этим новым требованиям. В рамках подхода к преподаванию языка для специальных целей, ориентированного на выпускника высшей школы, анализ потребностей способствует выявлению трудностей, интересов или потребностей будущих специалистов, чтобы успешно построить свою профессиональную карьеру. Среди различных доступных современных дидактических методов выбор подходов к обучению языку должен основываться на содержании и задачах, которые включают решение проблем, моделирование, наблюдения, ролевые игры, кейсы, анализ дискурса, отражающего реальные ситуации и случаи, с которыми студенты сталкиваются или столкнутся в своей повседневной работе.

Кроме того, необходимо учитывать культурное разнообразие и компетентность межкультурного общения, поскольку учащиеся с большей вероятностью будут взаимодействовать с носителями языка разных профессиональных культур. В английском языке для специальных целей такие понятия, как межкультурные команды, международные встречи, географическая мобильность, всемирные переговоры и процессы, связаны с профессиональным профилем выпускников и показывают необходимость включения межкультурной коммуникативной компетенции в их курсы.

С целью выявления интереса студентов образовательной программы (бакалавриат) направления «Менеджмент» к проблемам использования иностранного (английского) языка в профессиональной сфере и участию в межкультурной профессиональной коммуникации авторы провели опрос, в ходе которого респондентам предлагали ответить на ряд вопросов. Вопросы касались общих и узких проблем профессиональной иноязычной коммуникации и участия будущих специалистов в межкультурном профессиональном общении, а также роли иностранного (английского) языка для специальных целей как составляющей профессионального успеха.

К опросу были привлечены студенты старших курсов, 141 респондент, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления» (Москва) образовательной программы (бакалавриат) направления «Менеджмент».

Авторов интересовали вопросы иноязычной коммуникативной компетенции и проблемы ее формирования, которая рассматривается в качестве одной из ключевых образовательных компетенций, а также уровень готовности студентов к взаимодействию с иноязычными специалистами в межкультурном профессиональном формате. Для выявления такого рода трудностей участники опроса должны были ответить на подготовленные авторами вопросы и сформулировать свою оценку. Респондентам предлагали установить на выбор степень (высокая, средняя, низкая) потенциальных проблем взаимодействия с носителями «чужой» обыденной и профессиональной культуры с учетом специфики, ценностей и норм коммуникации в профессиональной среде в рамках направления обучения; а также определить собственный уровень (высокий, средний, низкий) владения навыками коммуникативного характера для создания и удержания эффективной рабочей атмосферы в рамках профессионального межкультурного сотрудничества. В задачу предлагаемых вопросов входило самостоятельное установление участниками опроса понимания проблем межкультурного профессионального взаимодействия и их собственного к ним отношения.

Кроме того, авторов опроса интересовало отношение обучающихся к реализации международных проектов и социально-экономических программ, а также возможности непосредственного участия в них. Важным вопросом авторы считают и наличие намерения у студентов принимать участие в переговорных мероприятиях компании, взаимодействовать с представителями «чужой» культуры в рамках профессиональной деятельности.

В опросный лист наряду с выше упомянутыми проблемами вошли вопросы, касающиеся лингвистических трудностей, которые могли возникать у студентов непосредственно в процессе проектной или иной образовательной деятельности в рамках обучения в университете или участия в академических и внешних международных программах в рамках партнерского сотрудничества университета и государственных и негосударственных организаций и структур, а также прогнозируемых иноязычных трудностей, которые могут иметь место в перспективе. Особый интерес для исследования представляла самостоятельная оценка студентами собственных умений и навыков работы с иноязычными специальными текстами, договорами и иными рабочими документами компании.

Предлагаемые участникам опроса вопросы в комплексе были направлены на выявление уровня формирования иноязычной коммуникативной компетенции. С практической точки зрения понимание уровня формирования у студентов иноязычных коммуникативных навыков и умений позволяет корректировать процесс обучения и максимально использовать образовательный потенциал дисциплины «Иностранный язык профессионального делового общения» на старших курсах подготовки, который может проявляться и в долговременной перспективе, то есть готовности студента в дальнейшем расширять знания и развивать навыки межкультурного и профессионального общения. Более того, в рамках указанной дисциплины можно не только поддерживать преемственность обучения при переходе с одного курса на другой в рамках реализации указанной дисциплины, но и учитывать возможности расширения общего и профессионально направленного кругозора, повышения культуры мышления и анализа, навыков межкультурной обыденной и профессиональной коммуникации.

После обработки полученных в результате опроса ответов авторы смогли выявить уровень и степень вовлеченности студентов в понимание коммуникативных трудностей, возникающих в процессе межкультурного общения специалистов, а также обозначить ряд лингвистических проблем. В количественном и процентном отношении уровень понимания и интереса к вопросам межкультурного профессионального сотрудничества со стороны студентов, а также к разного рода лингвистическим проблемам определился следующим образом: «высокий» (33,33 %, 47 студентов), «средний» (44,68 %, 63 респондента) и «низкий» (16,31 %, 23 опрошенных). К сожалению, часть студентов, вероятно, испытывали определенные трудности в ходе опроса и не смогли дать какой-либо ответ на часть вопросов (5,67 %, 8 обучающихся).

Авторами установлено, что студенты (90,07 %, 127 респондентов) понимают актуальность существующих коммуникативных и лингвистических трудностей, демонстрируют понимание значимости владения иностранным (английским) языком в профессиональном формате, а также его положительной роли в продвижении карьеры, проявляют интерес к участию в международных программах и проектах по направлению обучения.

Для авторов было важно установить, что студенты, принявшие участие в опросе, обладают необходимыми и достаточными лингвистическими и коммуникативными знаниями и навыками для участия в межкультурном профессиональном формате. В связи с важностью иноязычной профессиональной коммуникативной компетенции для формирования профессиональной компетентности будущих бакалавров, авторы, тем не менее, считают, что уже имеющиеся знания и компетенции требуют дальнейшего развития и углубления.

Список литературы

1. Eric.ed.gov, Dudley-Evans, T. (1997). An Overview of ESP in the 1990s // The Japan Conference on English for Specific Purposes Proceedings (Aizuwakamatsu City, Fukushima, Japan, November 8, 1997). – P. 5–11.
2. Kenny N. E. Is there a Specific Methodology for Teaching ESP? // Journal of Teaching English for Specific and Academic Purposes. – 2016. – Т. 4. – №. 2. – С. 253-260.
3. Mackay, R. and Mountford, A. (1978) English for Specific Purposes: A case Study Approach. London: Longman. – 227 p.

А. Ж. СУЮНБАЕВА

Военный институт Сил воздушной обороны
им. Дважды Героя Советского Союза Т.Я.Бигельдинова
(Актобе, Казахстан)

ПРОЦЕСС ПРИМЕНЕНИЯ СИСТЕМЫ «КАЗТЕСТ» В УСЛОВИЯХ ТРЕХЪЯЗЫЧИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ УРОВНЯ ЗНАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЯЗЫКА

THE PROCESS OF APPLYING THE KAZTEST SYSTEM IN TRILINGUAGE CONDITIONS AND THE RESULTS OF DETERMINING THE LEVEL OF KNOWLEDGE OF THE STATE LANGUAGE

Аннотация

В статье рассматриваются проблемы, которые появляются в ходе языкового образования в Республике Казахстан, содержится информация о системе оценки уровня знания гражданами казахского языка – КАЗТЕСТ и описывается опыт работы одного из приоритетных направлений деятельности Национального центра тестирования – организации и проведения тестов по КАЗТЕСТ. В текущей языковой ситуации вторым языком для многих граждан РК является казахский язык, отсюда следует актуальность обсуждения способов повышения компетентности в нем. В полиязычном социуме использование языков в условиях глобализации оказалось более динамичным, чем характеристики, первоначально предложенные теорией сфер функционирования и применения языка. Билингвы и полилингвы используют разные языки не только в разных социальных сферах, но и внутри одной сферы. Владение казахским, русским и иностранными языками становится в современном обществе неотъемлемым компонентом личной и профессиональной деятельности человека. Современные реформы в сфере государственной службы РК способствуют развитию государственного языка – казахского. Для повышения уровня владения этим языком и была введена система КАЗТЕСТ.

Abstract

The article discusses the problems that arise in the course of language education in the Republic of Kazakhstan, contains information about the system for assessing the level of knowledge of citizens of the Kazakh language - KAZTEST, and describes the experience of one of the priority areas of activity of the National Testing Center - organizing and conducting tests on KAZTEST. In the current language situation, the second language for many citizens of the Republic of Kazakhstan is the Kazakh language, hence the relevance of discussing ways to

increase competence in it. In the context of bilingualism, the use of languages in the context of globalization has turned out to be more dynamic than the characteristics originally proposed by the theory of the domains of functioning and application of language. Bilinguals and multilinguals use different languages not only in different social spheres, but also within the same sphere. Knowledge of Kazakh, Russian and foreign languages is becoming an integral component of a person's personal and professional activity in modern society. Modern reforms in the field of civil service of the Republic of Kazakhstan contribute to the development of the state language – Kazakh. To improve the level of proficiency in this language, the KAZTEST system was introduced

Ключевые слова: *КАЗТЕСТ, многоязычие, языковая компетенция, лексические элементы, языковая политика, языковая ситуация.*

Keywords: *KAZTEST, trilinguals, language competence, lexical elements, language policy, language situation.*

Анализ развития сфер жизнедеятельности людей и формируемых ими отношений, использования определенного языка позволяет увидеть зависимость изменения отношений в обществе от способов передачи, утверждения и регистрации информации. Социально-коммуникативная система, составляющая основу языкового общества, подвержена изменениям в связи с возникновением новых социальных ситуаций, изменением структуры общества, характера и структуры общения между участниками, появлением новых характеристик социального общения.

Можно сказать, что двуязычие и многоязычие сегодня стали неотъемлемой составляющей языковой ситуации любой страны. Потому что стремительное развитие цифровых технологий, в том числе Интернета, объединяет мир, и люди со всего мира могут беспрепятственно общаться друг с другом. Среди них сфера образования всегда первой принимает новости и готовит специалистов согласно требованиям времени. В настоящее время изучить язык можно с помощью технических средств. Среди них сегодня мы наблюдаем, что на первый план вышли русский и английский языки. В связи с этим в стране принимается и реализуется направление полиязычного образования с целью овладения этими языками и подготовки их к тому, чтобы стать полноправными участниками мировой интеграции.

Если рассматривать особенности многоязычного образования в сфере образования и основные направления современных исследований, то система высшего образования процветает благодаря своему многообразию и международным связям. Цель многоязычного образования – овладеть разными языками, тем самым стать открытым для культуры и страны носителя языка. В рамках новой парадигмы изучение и преподавание иностранного языка имеет целью подготовить молодежь к общению в многоязычных ситуациях.

В последние годы в рамках языкового планирования в Казахстане была проделана большая работа по разработке систем оценки уровня знания казахского языка в соответствии с международными стандартами. Как отмечается в «Системе оценки уровня знания казахского языка – КАЗТЕСТ», в качестве основного направления системы определена проверка коммуникативных компетенций тестируемого (система оценки) [Садыкова 2015]. КАЗТЕСТ – это система оценки уровня знания казахского языка гражданами Республики Казахстан и иностранными гражданами на территории Республики Казахстан. Система основана на принципах международных систем оценки языковых знаний, как, ТРКИ (Тест по русскому языку как иностранному), TOEFL, IELTS (Система оценки уровня владения английским языком). Компетенции оцениваются по видам речевой деятельности, таким как чтение, говорение, аудирование, письмо и по таким критериям как словарный запас, знание грамматического строя языка и др.

КАЗТЕСТ – национальная система со своими особенностями, хотя ее структура соответствует вышеупомянутым системам оценки уровня владения языком. Ее важной особенностью является выяснение социокультурной компетентности тестируемого. Экзаменуемый должен быть в состоянии показать, что он овладел казахским языком не только как средством общения, но и с точки зрения понимания и знания культуры, традиций и национального мировоззрения пользователя казахского языка.

В государственной программе развития и использования языков в Республике Казахстан система КАЗТЕСТ определена как целевой индикаторный механизм постепенного увеличения доли граждан, освоивших государственный язык. В связи с этим, в целях выполнения задач государственной программы сотрудники центральных и местных органов власти, бюджетной сферы, медицинской сферы, военнослужащие, сотрудники национальных компаний ежегодно проходят тестирование КАЗТЕСТ в ходе службы.

Первый этап теста КАЗТЕСТ является диагностическим тестом, то есть направлен на определение уровня владения тестируемым казахским языком, а второй этап предназначен для подтверждения сертификатом того, что тестируемый овладел определенным языковым уровнем. Гражданин, имеющий аттестат, может продемонстрировать, что он конкурентоспособен на рабочем месте, способен документально оформлять документы, обмениваться письмами и оказывать услуги на государственном языке в своей сфере [Садуакасова, 2016].

На сегодняшний день фиксируется развитие и совершенствование данной системы: внесены изменения в структуру и содержание теста, несколько упрощены задания. Для достижения объективного результата тестирования, помимо существующих частей «Аудирование», «Чтение», «Письмо» и «Лексико-грамматическая часть», в структуру аттестационного теста была введена часть «Произношение», предполагающая активное говорение продуктивный вид речевой деятельности. Разговорной компетентности в ходе теста уделяется особое внимание, поскольку до сих пор не оценивалось, насколько хорошо тестируемый владеет государственным языком на уровне устной речи и насколько свободно он может выражать свои мысли. В этой связи после сдачи письменного экзамена по казахскому языку и прохождения всех тестов кандидат отправляется на собеседование независимой экспертной комиссии. Здесь эксперты задают кандидату вопросы на казахском языке, таким образом не знающий казахского языка монолингв не сможет отвечать на вопросы на этом языке и выразить свое мнение.

Проблема отбора критериев оценки сдачи кандидатом экзамена по государственному языку сопряжена с проблемами языкового образования в Республике Казахстан. Дело в том, что казахский язык преподается в иноязычных школах в основном грамматическим методом, он не ориентирован на коммуникативную компетенцию. Такого рода подготовка недостаточна для формирования разговорной компетентности, достаточной для успешного тестирования в новом формате действующего КАЗТЕСТ, когда, как упоминалось выше, в ходе экзамена экзаменаторы оценивают, насколько грамотно испытуемый владеет государственным языком, выслушивая его мнение по определенной теме.

Чтобы стимулировать решение проблемы обучению устной речи на казахском языке, при переходе на новый формат был проведен сравнительный анализ и дополнительные исследования по международным системам оценки языковых знаний, в том числе CEFR, TOEFL, IELTS, ТРКИ. Современный формат соответствует требованиям международных систем оценки языка. Разработаны задания для пяти уровней и целевые показатели для оценки устных работ. Количество задач в системе КАЗТЕСТ сокращено со 150 задач до 100. Убраны повторяющиеся задания, некоторые задания с оценкой грамматических категорий структуры казахского языка [Мухаметкали, 2018].

Изменены типы тестовых заданий, которые стали более эффективными, интересными по содержанию, понятными по структуре и удобными для чтения. Изменен способ подбора диалогов и текстов в тестовых заданиях, исходя из требования адаптации тестовых вопросов в соответствии с социальной группой тестируемых.

КАЗТЕСТ оценивает знание казахского языка гражданами по пяти уровням (А1 – базовый, А2 – базовый, В1 – средний, В2 – высший средний, С1 – продвинутый). Указываются оцениваемые навыки испытуемого:

Таблица 1

Примеры задания

Уровень	Тип задачи	Цель тестовых заданий	Экзаменуемый должен иметь навыки
А1	Поддержка диалога	Задание для поддержания диалога в простых ситуациях.	Участие в общении в простых ситуациях: - формы начала, продолжения и прекращения участия; - формулы речевого этикета (приветствие, знакомство, встреча, прощание, извинение, просьба)
А2	Определите среди кого состоялся диалог	Среди диалогов, придавая значение нужным словам определяют кто разговаривают между собой	умение находить необходимую информацию: - слова, используемые в повседневной жизни, социальной и бытовой сферах;
В1	Определите, когда произошел диалог	Понимает информацию о времени, часе, сезоне из диалога.	возможность найти необходимые данные: - присвоение названий месяца, дня, года - день, время, время года, время года - природа, погода
В2	Определите, когда и где произошел диалог	Понимает информацию о месте и адресе из диалога.	Умение найти необходимые данные: - топоним; - смысловые слова. - слова, произносимые в бытовых, бытовых, социально-бытовых и культурно-социальных ситуациях;
С1	Определить диалоговое/текстовое содержимое	Понимая общее содержание текста, определяется основная, актуальная мысль. Умеет различать первичную и вторичную информацию.	Умение классифицировать информацию: -предоставление описательной информации о действии, которое необходимо выполнить; -официальные и профессиональные отношения.

Проверка грамматики казахского языка по лексико-грамматической части включает изучение фонетических закономерностей казахского языка на простом уровне, освоение употребления простых лексических единиц, понимание их значения, употребление союзов и времен глаголов на простом уровне в соответствии с государственным стандартом.

На базовом уровне овладение конструкциями, используемыми для вступления в определенные коммуникативные отношения, употребление фонетических законов, различия в написании и произношении слов, функции союзов, функции слов, обозначающих качество, употребление цифр, структура предикатов и категории времен.

На среднем уровне освещаются бытовая, общественная и официально-деловая лексика, синонимы, правильные словосочетания, особенности словообразования, расширение союзных функций.

На среднем и высшем уровнях предлагается лексика, относящаяся к социальной и профессиональной сфере, употребление регулярных словосочетаний, употребление синонимов, омонимов, синтаксические функции прилагательных, числовых, сложных предложений.

Содержание высшего уровня дополняется изложением понятий, связанных с национальной культурой и национальными знаниями, знанием употребления простых типов предложений, построения связных сложных предложений, их смыслового членения.

В зависимости от уровня меняется объём текста и количество заданий. Например, на уровне А1 количество заданий увеличивается до 2-5, а размер текста начинается с 2-3 предложений до 100 слов. Типы текста начинаются с сообщений, коротких SMS, рекламных объявлений и увеличиваются до небольших текстов.

Тип задания, которое продолжается на каждом уровне, является основой формирования определенных навыков, а по мере повышения уровня навыки усложняются.

Таблица 2

Содержания заданий

Задание в форме теста	Навыки, сформированные с помощью заданных тестовых заданий
Выделите информацию, соответствующую тексту	Он может полностью понять небольшой текст, отличить нужную ему информацию от заданной. Он изучает речевой этикет, специфичный для видов общения.
Найдите ключевые слова в тексте	Он может подобрать из текста осмысленные и важные слова, выражающие нужную ему основную мысль. Используя вспомогательные слова, увеличивается словарный запас. Умеет использовать языковые навыки, необходимые для делового общения.
Найдите полную и точную информацию о тексте	Он способен выбрать из предоставленной информации необходимую полную и конкретную информацию, собраться с мыслями и передать информацию ясно, точно и полно. Он может правильно использовать значения слов, чтобы четко и эффективно выражать свои мысли. Приобретает коммуникативные навыки, необходимые для общения.
Найдите значение подчеркнутой фразы в контексте.	Может понимать фразы, данные в тексте, и использовать их в повседневной жизни. Умеет определять требования к качеству слов. Я могу использовать деловую лексику.
Соотнесите пословицу с содержанием текста.	Пословицы и мудрые слова, демонстрирующие силу речи, впитываются в навыки разговорной речи.

Чтение осуществляется на основе текстов, поэтому при обучении языку изучающего язык на основе ситуаций, встречающихся в повседневной жизни, оно формирует речевые навыки изучающего язык и повышает его интерес к текстам.

Таким образом, изучение языка с практической точки зрения – главное требование сегодняшнего дня. При этом свой вклад в повышение языковой компетенции граждан республики вносит система оценки уровня образования КАЗТЕСТ, ставшая составной

частью системы образования в стране. Она стимулирует овладение беглой устной речью на казахском языке, что важно, в том числе, с точки зрения проявления уважения к языку и культуре страны, где этот язык является государственным, и служит показателем того, что граждане знают национальный язык, придерживаются национальных социальных норм, демонстрируют личностные ценности, исходя из них.

С 2016 года по сегодняшний день по системе КАЗТЕСТ протестировано 323849 человек. Если ориентироваться на статистику последних 6 лет, то наблюдается увеличение тестируемых в два раза: в 2018 году – 47647 человек; в 2019 году – 73732 человека; В 2021 году тестирование прошло 94579 человек. Из них: государственные служащие – 22684 человека; работники бюджетной сферы – 29458; сотрудники национальных компаний – 849; кандидаты в кадровый резерв государственной административной службы – 73; кандидаты на стипендию «Болашак» – 545 человек; военные специалисты – 12484; работники других отраслей – 26083 чел. необходимость прохождения теста через систему КАЗТЕСТ увеличивается с каждым годом, увеличивается и количество тестируемых.

В настоящее время в системе КАЗТЕСТ разработано и введено в использование лингвистами-учеными, методистами и экспертами в области тестологии более 100 тестовых заданий. Не следует забывать, что совершенствование общих тестовых заданий, качественное развитие, умение правильно подобрать необходимых специалистов зависят от наличия потребности и спроса на данный язык в обществе [Мухаметкали, 2018].

Если говорить о том, насколько продвижение системы соответствует современным требованиям и запросам, то следует отметить, что в настоящее время в целях обеспечения доступности информации о системе КАЗТЕСТ для изучающих казахский язык работа системы широко пропагандируется в социальных сетях. Официальный сайт kazakhtest.kz работает с 2009 года. На сайте представлена подробная информация об этой системе на 3-х языках (казахском, русском и английском).

На сайте размещена электронная версия учебных материалов с тем, чтобы тестируемые могли заранее подготовиться к экзамену. Через сайт каждый изучающий язык может пройти бесплатный онлайн-конкурсный тест, чтобы определить свой уровень знания казахского языка. Разработана программа компьютерного тестирования, благодаря которой изучающий язык, желающий улучшить свои знания казахского языка, может пройти тест в любое время, установив его на свой персональный компьютер.

В целях совершенствования системы разработчики КАЗТЕСТ обмениваются опытом с представителями упомянутых выше мировыми системами оценки языковых знаний. Национальный центр тестирования поддерживает сотрудничество с ETS Global, разрабатывающим систему оценки уровня владения английским языком TOEFL и центром ТРКИ (Тест по русскому языку как иностранному) МГУ им. М. Ломоносова [Садуакасова, 2016]. Ежегодно разработчики и специалисты тестовых задач системы КАЗТЕСТ участвуют в различных семинарах и авторских курсах с участием международных экспертов. Такое партнерство, несомненно, вносит позитивный вклад в улучшение внутренней системы [Садуакасова, 2016]. В дальнейшем развитие и совершенствование КАЗТЕСТ будет планомерно осуществляться в рамках Государственной программы развития и использования языков на 2011-2020 годы.

Таким образом, «Система оценки уровня знания казахского языка – КАЗТЕСТ» и другие тесты по определению уровня владения языком не только могут помочь определить уровень коммуникативных компетенций индивида, но и отражают потребности современного общества в изучении и уважении языков культур своего народа, национальных меньшинств.

Сфера многоязычного образования в Казахстане в основном поднимает вопросы, связанные с реализацией программы трехязычного образования в государстве. Несмотря

на растущий интерес к особенностям реализации политики трехязычия в сфере многоязычного образования, недостаточно внимания уделяется особенностям взаимодействия и влияния казахского, русского и английского языков, которые определяют особенности лингвистического и этнолингвистического ситуации в Казахстане.

Список литературы

1. Аканова, Д. Х. Языковая ситуация и опыт языкового планирования в Казахстане / Д. Х. Аканова, Э. Д. Сулейменова, Н. Ж. Шаймерденова // Страны СНГ и Балтии. – М.: Издат.центр «Азбуковник», 2010. – С.300-331.
2. Алтынбекова, О. Б. Языковая ситуация в Казахстане: макро – и микросоциолингвистическая парадигма: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Алматы, 2006. – С. 41.
3. Абдыхаликов, А.Т. Система оценки уровня знания казахского языка – КАЗТЕСТ.// Материалы международного научно-методического семинара «Современные методы оценки уровня знания языков народов государств-членов ЕврАзЭС», 25 июня, 2009.
4. Абдыхаликов, А. Т. Языковая проблема и пути решения // Айкын. – №14. – 20.05.2013.
5. Абдыхаликов, А. Т. Оценка владения государственным языком госслужащих // Время Казахстана. – № 34 (955). – 29.09.2013.
6. Государственные стандарты Республики Казахстан 2005-2015 гг. определяющие требования к преподаванию казахского языка, Национальные стандарты РК, Министерство образования и науки РК «Национальный центр тестирования» РМКК, 2015 г.
7. Закон о языке Республики Казахстан от 11.07.1997 № 151-1 «О языках в Республике Казахстан» (редакция от 10.07.2012).
8. Закон Республики Казахстан «Об образовании» от 27 июля 2007 года № 319.
9. «Концепция внедрения и развития системы КАЗТЕСТ», Постановление Правительства Республики Казахстан от 11 сентября 2008 года №836.
10. Мухаметкали, М. ҚАЗТЕСТ тіл білуді қалай бағалап жүр? // Ана тілі. – №21 (1435). – 2018 г.
11. Оразбаева, Ф.Ш., Аяпова, Т.Т. Казахский язык // Учебник. Алматы, Писатель, 2007.
12. Садуакасова, М. Г. ҚАЗТЕСТ – Республиканский проект // Айкын. – № 145. – 30.09.2016.
13. Садуакасова, М. Г. Методические разработки по владению казахского языка // Республиканский научно-методический журнал. – 2018. – №8 (62).
14. Садыкова У., Результаты тестирования и конкурсных зачетов по системе КАЗТЕСТ // Адискер». – №4 (58). – 2015. – URL : http://kazakhtest.kz/kz/work/publications_kaztect.php?ELEMENT_ID=199818

Reference

1. Akanova, D.Kh., Suleimenova E.D., Shaimerdenova N.Zh. Language situation and experience of language planning in Kazakhstan.// CIS and Baltic countries/. – М.: Publishing center “Azbukovnik”, 2010. – P.300-331.
2. Altynbekova, O.B. The linguistic situation in Kazakhstan: macro- and microsociolinguistic paradigm: abstract. dis. For the job application. Candidate of Philological Sciences/Altynbekova O.B. – Almaty, 2006.- 41 p.
3. Abdykhalikov, A.T. System for assessing the level of knowledge of the Kazakh language - KAZTEST, Materials of the international scientific and methodological seminar “Modern methods for assessing the level of knowledge of the languages of the peoples of the EurAsEC member states”, June 25, 2009.

4. Abdykhalikov, A. T. /Language problem and solutions/ newspaper “Aikyn”, No. 14, 05.20.2013.
5. Abdykhalikov, A. T. /Assessment of state language proficiency of civil servants / newspaper “Time of Kazakhstan”, No. 34 (955), 09.29.2013.
6. State standards of the Republic of Kazakhstan 2005-2015. defining requirements for teaching the Kazakh language, National Standards of the Republic of Kazakhstan, Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan “National Testing Center” RMKK, 2015.
7. Law on the language of the Republic of Kazakhstan dated July 11, 1997 No. 151-1 “On languages in Republic of Kazakhstan” (as amended on July 10, 2012).
8. Law of the Republic of Kazakhstan “On Education” dated July 27, 2007 No. 319.
9. “Concept for the implementation and development of the KAZTEST system”, Decree of the Government of the Republic of Kazakhstan dated September 11, 2008 No. 836.
10. Mukhametkali, M. /KAZTEST tel biludi kalay bagalap zhur? / “Ana tili” newspaper, No. 21 (1435), 2018.
11. Orazbaeva F.Sh. Ayapova T.T. and others, Kazakh language (Basic, Basic, Intermediate, Upper Intermediate, Advanced, Advanced levels, textbooks), Almaty, Writer, 2007.
12. Saduakasova, M. G. /KAZTEST – Republican project/ newspaper “Aikyn”, No. 145, 09.30.2016.
13. Saduakasova, M. G. /Methodological developments on proficiency in the Kazakh language/ Republican scientific and methodological journal, No. 8 (62) 2018.
14. Sadykova U., /Results of testing and competitive tests using the KAZTEST system/ “Adisker” magazine, No. 4 (58) 2015. http://kazakhtest.kz/kz/work/publications_kaztect.php?ELEMENT_ID=199818

И. Г. ТУЧКОВА

Государственный университет управления
(Москва, Россия)

РОЛЕВАЯ ИГРА В РАЗВИТИИ НАВЫКОВ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

A ROLE PLAY IN DEVELOPING SKILLS OF INTERCULTURAL COMMUNICATION

Аннотация

Межкультурная коммуникация, обусловленная процессами, происходящими в общественной и научной сферах, является фактором, способствующим гармоничному развитию как человека, так и общества. Одним из показателей наличия навыков межкультурной коммуникации является владение английским языком. Ролевые игры, применяемые на занятиях по английскому языку, способствуют развитию навыков межкультурной коммуникации. Целью ролевых игр является освоение языковых и межкультурных трудностей, возникающих в процессе общения между представителями разных культур. Среди языковых трудностей автор указывает, например, наличие большого количества грамматических ошибок и скудный словарный запас говорящего, что является существенным препятствием для корректного понимания иноязычной речи. Основные межкультурные особенности, по мнению автора, связаны с различиями в степени фор-

мальности, разным восприятием понятия «время» и особенностями невербального поведения. Автором сделан вывод о пользе ролевых игр для развития навыков межкультурной коммуникации.

Abstract

Intercultural communication, conditioned by processes taking place in the social and scientific spheres, is a factor contributing to the harmonious development of both man and society. One of the indicators of intercultural communication is proficiency in the English language. Role plays used at foreign language classes facilitate the progress in intercultural communication skills. The purpose of role plays is to overcome the linguistic and intercultural difficulties that arise when communication between representatives of different cultures occurs. Among the language difficulties the author points out, for example, a large number of grammatical mistakes and a poor vocabulary of the speaker, which is a significant obstacle to the correct understanding of foreign language speech. In the author's opinion, the main intercultural peculiarities can be connected with different understanding of formality, "time" concept perception and non-verbal behavior. The author concludes about the benefits of role plays for the development of intercultural communication skills.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, ролевая игра, английский язык, языковые и межкультурные трудности, иноязычная речь, коммуникативная деятельность.

Keywords: intercultural communication, role play, English, linguistic and intercultural difficulties, foreign language speech, communication activities.

Невозможно представить современный мир без межкультурной коммуникации. Она стала жизненно необходимой, поскольку процессы глобализации и миграции, а также стремительное развитие современных технологий сделали коммуникацию между представителями разных культур общедоступной. Леонтьев А.А. пишет, что «общение есть ... необходимое условие любой деятельности человека, имеющей общественную природу» [Леонтьев, 1997, с. 10]. Таким образом, можно сказать, что знание основ межкультурного общения расширяет возможности современного человека и ведет к гармонизации общества в целом.

Именно коммуникативные навыки, полученные современным человеком в процессе обучения, оказывают развивающее воздействие на личность обучающегося и определяют его место в современном мире. Д.В. Лобазов, И.В. Кизесова считают, что с помощью развитых коммуникативных навыков можно решить не только учебные задачи, но и задачи социальных, межличностных и межкультурных взаимодействий [Лобазов, 2012, с. 191].

Межкультурная коммуникация предполагает знание иностранного языка. Глобализация мирового экономического пространства привела к тому, что именно владение английским языком как языком бизнеса стало одним из наиболее важных аспектов подготовки специалистов в профессиональной сфере. Английский язык необходим, чтобы быть в курсе всех последних новинок и достижений во всех областях науки и техники, поскольку, в основном, вся научная литература издается на английском языке, а также чтобы процесс коммуникации с деловыми партнерами и коллегами, письменно или устно, осуществлялся легко и не вызывал затруднений [Пестова, 2020].

Опираясь на мнение Зимней И.А., можно сказать, что базовым видом деятельности, необходимым для обучения иностранным языкам, является коммуникативное взаимодействие между обучающимися в аудитории. Решить мыслительную задачу, которая поставлена перед обучающимися, возможно только при условии вклада каждого в совместную деятельность, поскольку индивидуальные высказывания участников имеют общий смысловой стержень [Зимняя, 1991, с. 124].

По мнению Н.И. Ефимовой, Л.Б. Буровой, практико-ориентированные методики, такие как, ролевая игра, например, создают в аудитории атмосферу не просто общения, а речевого сотрудничества и позволяет обучающимся применить полученные знания для практического решения поставленной задачи [Ефимова, 2020].

Основными целями ролевой игры является преодоление языковых и культурных трудностей. И. С. Голованова, Ю. Д. Ермакова, Н. В. Куликова в результате проведенного исследования выделили следующие языковые трудности и межкультурные особенности, возникающие в процессе иноязычного общения.

I. Языковые трудности.

1. Недостаточное развитие рецептивных речевых навыков, приводящее к проблемам восприятия иноязычной речи на слух.

2. Наличие грамматических ошибок в спонтанных монологических и диалогических высказываниях, и, как следствие, затруднения в выражении идей и предложений в понятной для оппонентов и собеседников форме.

3. Скучный словарный запас обучающихся препятствует выражению их идей в полной мере и затрудняет понимание их речи, а также не дает возможность им понять идеи, высказываемые собеседниками.

II. Трудности, связанные с культурными различиями.

1. В разных культурах принята разная степень формальности в бизнесе и личных взаимоотношениях (обращение к собеседнику, дресс-код, темы для разговоров).

2. Различие в отношении к личному пространству собеседника, поведение и невербальное общение (расстояние до собеседника при личной встрече, ритуалы и поведение во время приема пищи, нежелательные жесты, возможность тактильных контактов).

3. Различие в подходе ко времени (пунктуальность, сроки выполнения поставленных задач и возможность пролонгирования этих сроков, перенос назначенных мероприятий) [Голованова, 2016, с. 136].

Ролевые игры являются видом аудиторной работы, направленной на практическое применение теоретических знаний, полученных обучающимся на семинарах по английскому языку и в процессе самостоятельной работы. Применение ролевых игр на занятиях по иностранному языку

- ✓ стимулирует стремление к самостоятельному поиску и анализу необходимой информации;
- ✓ способствует формированию коммуникативных навыков;
- ✓ формирует умение выстраивать свое устное сообщение логически правильно и четко и подкреплять его убедительными аргументами;
- ✓ позволяет проверить на практике навыки командной работы;
- ✓ помогает адаптироваться к профессиональной деятельности;
- ✓ является способом стимуляции личностного роста и развития.

Таким образом, можно сказать, что методика ролевых игр, применяемая на занятиях по английскому языку, дает возможность обучающимся не только повысить уровень знания английского языка, но и добиться больших успехов в развитии навыков межкультурной коммуникации.

Список литературы

1. Голованова, И.С. Деловая игра с элементами ролевой игры как способ эффективной подготовки специалистов со знанием иностранного языка в неязыковом вузе // Вестник ВГУ. Серия : Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2016. – №3. – С. 135-138. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/delovaya-igra-s-elementami-rolevoy...> (дата обращения:06.06.2024).

2. Ефимова, Н. И. Ролевые игры в преподавании иностранных языков как один из видов современных педагогических технологий // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/rolevye-igry-v-prepodavanii...> (дата обращения: 06.06.2024).

3. Зимняя, И. А. Психология обучения иностранным языкам в школе. – М. : Просвещение. – 1991. – С. 222. – URL : <https://psychlib.ru/mgppu/ZPo-1991/ZPo-223.htm#p1> (дата обращения: 01.06.2024).

4. Леонтьев, А. А. Психология общения. – М. : Смысл. – 1997. – С. 365. – URL : https://studylib.ru/doc/2645635/leont_ev-a.a.-psihologiya-obshheniya (дата обращения: 06.06.2024).

5. Лобазов, Д. В. Методологические основы ролевой игры // Мир науки, культуры, образования. – 2012. – № 4 (35). – С. 190-193. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologicheskie-osnovy...> (дата обращения: 6.06.2024).

6. Пестова, Е. В. Мотивация в процессе обучения иностранному языку в неязыковом вузе // Электронный научно-методический журнал Омского ГАУ. – 2020. – № 1 (20). – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologicheskie-osnovy-rolevoy-igry/viewer> (дата обращения: 1.06.2024).

О. И. ХАЛУПО, В. Б. ШАРОНОВА

Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации, Челябинский филиал
(Челябинск, Россия)

ЯЗЫКОВАЯ КУЛЬТУРА КАК АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКТОР В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

LINGUISTIC CULTURE AS AN AXIOLOGICAL FACTOR IN INTERCULTURAL COMMUNICATION

Аннотация

В данной статье межкультурная коммуникация рассматривается с точки зрения овладения языковой культурой с её ценностными составляющими для любого общества и личности. В работе предпринята попытка выделить ценностные компоненты языковой культуры, которые рассматриваются не только как средство формирования личности, но и как инструмент познания культуры, мировоззрения. В межкультурной коммуникации языковая культура представляет собой систему ценностей, она наполнена соответствующим содержанием, которое включает отражение традиций и обычаев, поведения людей, нормы и законы общества и играет значимую роль в формировании системы ценностей личности и общества в целом. Ценности языковой культуры можно использовать как инструмент для совершенствования самосознания личности, его мировоззрения, нравственных принципов, ценностного отношения личности к миру.

Abstract

The article examines intercultural communication from the point of view of mastering linguistic culture with its value components for any society and an individual. The authors make an attempt to highlight the value components of linguistic culture, which are considered not only as a means of personality formation, but also as a tool for understanding one's culture and

one's worldview. In intercultural communication the linguistic culture is a system of values; it is filled with appropriate content, which includes a reflection of traditions and customs, human behavior, norms and laws of society, and it plays a significant role in the formation of the value system of individual and society as a whole. The values of linguistic culture can be used as a tool for improving self-awareness of an individual, his/her worldview, moral principles, and the individual's value attitude towards the world.

Ключевые слова: *межкультурная коммуникация, языковая культура, аксиологический фактор, ценности общества, мировоззрение нации.*

Keywords: *intercultural communication, linguistic culture, axiological factor, values of society, worldview of the nation.*

К настоящему времени накоплен огромный багаж знаний, относящихся к межкультурной коммуникации. Единогласно все исследователи говорят о важности данного феномена и для профессиональной деятельности, и для личного саморазвития. Многочисленные исследования посвящены рассмотрению данного аспекта с разных позиций и понимания его сущности с точки зрения соответствующих областей знаний. Само понятие «межкультурная коммуникация» используется многими учеными в разных сферах гуманитарного направления, что подтверждает тот факт, что понимание указанной проблемы не раскрыто до конца, что есть ещё неисследованные области, которые являются значимыми не только для общества, но и для отдельных личностей в плане решения тех или иных коммуникативных задач.

Существуют несколько основных определений понятия «межкультурная коммуникация». Известные ученые в этой сфере Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. понимают межкультурную коммуникацию как «адекватное взаимопонимание двух участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам» [Верещагин, Костомаров, 1990, с. 26]. Садохин А. П. предлагает следующую трактовку: «Межкультурная коммуникация есть совокупность разнообразных форм отношений и общения между индивидами и группами, принадлежащими к разным культурам» [Садохин, 2014, с. 15].

Неоспоримым является тот факт, что при анализе многочисленных аспектов межкультурной коммуникации гуманитарными науками главным образом используется междисциплинарный подход, как более целесообразный для создания условий, при которых достигается обоюдное понимание и исключаются разногласия между коммуникантами в процессе общения. И отечественные, и зарубежные ученые в этой области соглашаются с тем, что межкультурная коммуникация предполагает общение людей с разным мировоззрением, владеющих разными языками, приобщенных к иным культурам. Поэтому нам тоже представляется важным изучать это направление и находить такие подходы и методы, которые позволят данному процессу взаимодействия стать результативнее.

В этой работе мы рассматриваем проблему с позиции языка. «Язык - неотъемлемая и важнейшая часть любой национальной культуры, полноценное знакомство с которой обязательно предполагает не только изучение материальной составляющей этой культуры, не только знание ее исторической, географической, экономической и прочих детерминант, но и попытку проникновения в образ мышления нации, попытку взглянуть на мир глазами носителей этой культуры, с их точки зрения» [Корнилов, 2003, с. 78]. Обращаясь к исследованиям в данной области и анализируя работы, посвященные понятию «межкультурная коммуникация», мы выделили содержание, включающее множество аспектов – языковые знаки, языковые средства, языковые особенности, сравнительные характеристики языков, языковая личность, языковое поведение, языковая компетенция, языковая политика, языковая культура и др.

В данной статье мы ограничиваемся понятием «языковая культура» и рассмотрением её с точки зрения аксиологического аспекта, который неотъемлемо присутствует в содержании данного понятия. «Под языковой культурой мы понимаем определенный уровень развития языка, отражающий принятые литературные нормы данного языка, правильное и адекватное использование языковых единиц, языковых средств, который способствует накоплению и сохранению языкового опыта» [Халупо, 2011, с. 152].

Содержание межкультурной коммуникации включает в себя определенные составляющие, и языковая культура является одной из этих составляющих. Она представляет собой систему ценностей, наполненную соответствующим содержанием; она охватывает целый спектр языковых особенностей, отражающих традиции и обычаи, поведение людей, нормы и законы общества; она играет значимую роль в формировании системы ценностей личности и общества в целом:

- *культурные традиции* (меняющиеся или остающиеся без изменений правила, нормы, события, ритуалы, обряды, обычаи, общепринятые в социокультурном обществе, созданные в течении долгого времени и способные формировать поведение людей);

- *речевые традиции* (нормы, обусловленные требованиями речевой культуры, а значит соблюдением основных требований к речевому сообщению, следованием литературным нормам в процессе речевой деятельности);

- *социальные нормы* (совокупность правил и норм вербального и невербального поведения, функционирующих в том или ином обществе, обеспечивающих позитивное социальное взаимодействие отдельных людей, а также различных социальных групп);

- коммуникативные нормы (правила речевого взаимодействия, являющиеся обязательными в определенном социуме, а также следование стандартам и правилам общения, которые способствуют результативности взаимодействия. Такие нормы регулируют процесс коммуникации позволяя его участникам компетентно выстраивать стратегию и тактику своего вербального и невербального поведения);

- этические нормы (сочетание правил поведения с нормами речевого этикета, осуществляющиеся при взаимодействии с другими участниками процесса коммуникации. Они формируются на основе ценностей и норм существующего общества и принимаются в этом обществе или даже в отдельной группе);

- духовность (степень осознания и признания стандартов человеческой культуры, моральных и нравственных принципов, духовных ценностей общества; а также - это ценностная позиция человека, объединяющая нравственные, моральные, политические, религиозные, эстетические и другие ценности);

- ментальность (способ мышления и поведения, формирующиеся в процессе социализации личности в культурном пространстве социума, свойственные как отдельно взятому индивиду, так и группе людей; а также - это система этнических и культурных ценностей, отражающих коллективное и индивидуальное сознание).

Известное высказывание Тер-Минасовой С. Г. гласит: «Язык не существует вне культуры, т. е. вне социально унаследованной совокупности практических навыков и идей, характеризующих наш образ жизни» [Тер-Минасова, 2000, с. 28]. Кроме того, Светлана Григорьевна утверждает, что «язык – это еще и орудие, инструмент, формирующий личность» [Тер-Минасова, 2000, с. 163]. Поэтому его необходимо использовать для формирования необходимых компетенций. А языковая культура, по нашему мнению, как аксиологический компонент межкультурной коммуникации, вносит свои положительные моменты в процесс взаимодействия.

Несмотря на политические и экономические изменения, происходящие в настоящее время, количество межкультурных связей и контактов не становится меньше, они просто переориентированы на другие культуры или принимают другие очертания. Процесс

стирания границ продолжается, можно наблюдать активную тенденцию исчезновения препятствий и ограничений между народами, странами, появляются новые возможности для сотрудничества и взаимовыгодного взаимодействия.

Таким образом, ценности языковой культуры являются важной составляющей межкультурной коммуникации. Важно хорошо знать не только свой язык и свою культуру, но и понимать и принимать аксиологические аспекты иных культур для позитивного взаимодействия и достижения положительных результатов. Ведь ценности языковой культуры можно использовать как инструмент для совершенствования ценностного самосознания личности, её мировоззрения, нравственных принципов, ценностного отношения личности к миру. При таком подходе люди смогут создавать необходимые связи, налаживать дружеские контакты, избегать коммуникативных неудач, а значит - достигать поставленных целей в процессе коммуникации.

Список литературы

1. Верещагин, Е. М. Язык и культура : Лингвострановедение в преподавании рус. яз. как иностранного : Метод. руководство / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. – М. : Рус. яз., 1990. – С. 246.
2. Корнилов, О. А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. 2-е изд., испр. и доп. – М. : ЧеРо, 2003. – С. 349
3. Садохин, А. П. Введение в теорию межкультурной коммуникации: учебное пособие. – М. : КИОРУС, 2014. – С. 254.
4. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. Учеб. пособие для студентов, аспирантов и соискателей по спец. «Лингвистика и межкультурная коммуникация». – М., 2000. – С. 262.
5. Халупо, О. И. Языковая культура и лингвокультурная компетенция // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – № 3 (218). – С. 152-155.

С. Т. ХАПЧАЕВ

Ставропольский филиал Краснодарского университета МВД России
(Ставрополь, Россия)

СИНХРОННЫЙ ПЕРЕВОД КАК ИНСТРУМЕНТ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ: МЕХАНИЗМЫ И СТРАТЕГИИ

SIMULTANEOUS INTERPRETATION AS A TOOL OF INTERCULTURAL COMMUNICATION: MECHANISMS AND STRATEGIES

Аннотация

В статье рассматриваются основные механизмы и стратегии синхронного перевода – одного из наиболее сложных видов переводческой деятельности, требующего высокого уровня когнитивных способностей, лингвистической компетенции и психофизиологических навыков. Анализируются особенности синхронного перевода, связанные с необходимостью одновременно воспринимать речь на исходном языке, интерпретировать смысл, подбирать эквиваленты и озвучивать текст перевода. Описываются составляющие переводческой компетенции, необходимой для качественного синхронного перевода, а также основные типы переводческих ошибок - смысловых и языковых. Особое

внимание уделяется роли жестов в облегчении когнитивной нагрузки на различных этапах синхронного перевода. Рассматриваются механизмы интерактивного выравнивания и инферирования, задействованные в процессе межкультурной коммуникации для достижения взаимопонимания. Анализируются стратегии перевода культурно-специфичных феноменов, таких как эфемизмы и метафоры, с акцентом на важность учета культурного контекста, соблюдения норм вежливости и сохранения фактологической составляющей высказывания. Обсуждается процесс непрерывного развития и совершенствования языковой личности переводчика-синхрониста под влиянием накопления профессионального опыта.

Abstract

The article examines the main mechanisms and strategies of simultaneous interpretation – one of the most complex types of translation activity requiring a high level of cognitive abilities, linguistic competence, and psychophysiological skills. The distinctive features of simultaneous interpretation are analyzed, related to the necessity of simultaneously perceiving speech in the source language, interpreting meaning, finding equivalents, and voicing the translation text. The components of translation competence necessary for high-quality simultaneous interpretation are described, as well as the main types of translation errors – those related to meaning and linguistic errors. Special attention is paid to the role of gestures in facilitating cognitive load at different stages of simultaneous interpretation. The mechanisms of interactive alignment and inference involved in the process of intercultural communication for achieving mutual understanding are examined. Strategies for translating culture-specific phenomena such as euphemisms and metaphors are analyzed, with an emphasis on the importance of considering the cultural context, observing politeness norms, and preserving the factual component of the utterance. The process of continuous development and improvement of the simultaneous interpreter's linguistic persona, influenced by the accumulation of professional experience, is discussed.

Ключевые слова: синхронный перевод, переводческие стратегии, жесты, интерактивное выравнивание, инферирование, эфемизмы, метафоры, языковая личность переводчика.

Keywords: simultaneous interpretation, translation strategies, gestures, interactive alignment, inference, euphemisms, metaphors, interpreter's linguistic persona.

Синхронный перевод представляет собой один из наиболее сложных и трудоемких видов переводческой деятельности. В процессе синхронного перевода переводчику необходимо одновременно выполнять несколько когнитивных операций – воспринимать речь оратора на одном языке, интерпретировать и анализировать смысл сказанного, подбирать адекватные лексико-грамматические средства для передачи содержания на другом языке и произносить полученный перевод практически одновременно с говорящим. Такое одновременное совмещение различных мыслительных процессов требует от переводчика-синхрониста очень высокого уровня владения обоими языками, способности быстро переключаться с одного языка на другой, умения концентрировать и распределять внимание.

Актуальность исследования синхронного перевода заключается в том, что это один из наиболее сложных и ментально нагруженных видов переводческой деятельности, требующий высочайшего профессионализма и комплекса специальных навыков. Изучение когнитивных механизмов, задействованных в процессе синхронного перевода, стратегий преодоления возникающих трудностей, способов снижения чрезмерной когнитивной нагрузки на переводчика имеет важнейшее значение для повышения качества и эффек-

тивности синхронного перевода. Кроме того, раскрытие составляющих переводческой компетенции применительно к синхронному переводу и путей ее совершенствования необходимо для более качественной подготовки высококвалифицированных кадров в данной области. Синхронный перевод зачастую связан с необходимостью адекватной передачи культурно-специфичных феноменов, таких как эвфемизмы, метафоры и других контекстуальных единиц, что требует применения особых стратегий межкультурной коммуникации, изучение которых позволит предотвратить прагматические ошибки и сбои [Raufov, 2023, p. 71-73]. Также актуальным является анализ типичных лексико-грамматических и дискурсивных ошибок с целью разработки путей их преодоления. Наконец, важное значение имеет исследование самого процесса непрерывного когнитивного и языкового развития личности переводчика-синхрониста по мере наращивания профессионального опыта.

Процесс синхронного перевода включает **три основных этапа**:

1. Восприятие исходного высказывания на языке оратора. На этом этапе переводчик должен не только распознать отдельные слова и грамматические конструкции, но и понять общий смысл фразы или абзаца, уловить логику изложения, стилистические и прагматические особенности текста.

2. Мысленный перевод и интерпретация содержания. После понимания общего смысла переводчик осуществляет мысленный перевод услышанного на язык перевода с учетом всех смысловых нюансов, стилистических и прагматических характеристик оригинала. На этом этапе очень важно найти наиболее точные лексико-грамматические соответствия, чтобы максимально эквивалентно передать содержание.

3. Вербализация перевода, т.е. произнесение текста перевода вслух практически одновременно с речью оратора. На этом этапе переводчик реализует подготовленный мысленно вариант перевода, контролируя соответствие своей речи темпу и содержанию оригинального высказывания.

При этом синхронный перевод характеризуется рядом специфических особенностей, которые обусловлены необходимостью одновременно воспринимать, анализировать и воспроизводить информацию на двух языках в режиме реального времени. **Рассмотрим основные отличительные черты синхронного перевода** [Alisoy, 2022]:

1) Психологический дискомфорт, связанный с одновременным выполнением нескольких когнитивных операций. Переводчику приходится концентрировать внимание на речи оратора, понимать смысл сказанного, подбирать лексику на языке перевода и озвучивать текст - все это практически параллельно в единицу времени. Такое совмещение разноплановой мыслительной деятельности требует колоссальных усилий и является стрессогенным фактором.

2) Невозможность возврата к непонятым фрагментам и уточнения деталей. В отличие от письменного перевода, где можно вернуться к сложному отрывку и проанализировать его, в условиях синхронного перевода нет такой возможности. Переводчик вынужден мгновенно принимать решение о способе перевода, не имея времени на раздумья и анализ контекста.

3) Высокие требования к скорости реакции и мышления. Синхронный перевод требует минимизации временных задержек между восприятием оригинала и озвучиванием перевода. Переводчик должен обладать способностью к быстрому переключению между языками и высокой скоростью формулирования мысли.

4) Необходимость быстро находить выход из сложных коммуникативных ситуаций, связанных с непониманием речи оратора, языковыми трудностями перевода и т.д. Из-за отсутствия времени на размышление переводчик должен полагаться на свой опыт и интуицию, чтобы найти приемлемый в данной ситуации вариант перевода.

5) Повышенная психологическая уязвимость, т.к. ошибки и затруднения переводчика немедленно очевидны для аудитории. В отличие от письменного перевода, где можно исправить неточности, в синхронном режиме нет такой возможности, и любые проблемы сразу отражаются на качестве.

6) Необходимость обработки больших объемов вербальной информации. В течение рабочего дня переводчику приходится перерабатывать огромное количество словесного материала на двух языках, что предъявляет высокие требования к вниманию и памяти.

7) Высокая утомляемость, связанная с интенсивной когнитивной нагрузкой и стрессом. Качество перевода может снижаться по мере нарастания усталости, что требует регулярного отдыха и восстановления работоспособности.

8) Зависимость от технического оборудования при использовании систем синхронного перевода. Неисправности оборудования могут стать дополнительным стресс-фактором и помехой для работы переводчика.

Для успешного осуществления синхронного перевода требуется очень высокий уровень **переводческой компетенции**, которая включает целый комплекс специальных знаний, умений и навыков, необходимых для качественного перевода. Рассмотрим основные составляющие переводческой компетенции применительно к задачам синхронного перевода.

- отличное владение языками – исходным и переводящим. Переводчик должен в совершенстве знать лексику, грамматику, стилистические нормы обоих языков. Особенно важно знание различных оттенков значений слов, умение быстро подбирать наиболее точные эквиваленты.

- прагматическая компетенция – способность понимать смысл высказываний с учетом контекста, целей и намерений говорящего. Переводчик должен уметь улавливать не только буквальное значение фраз, но и различные культурные, исторические, психологические коннотации сказанного.

- важна стратегическая компетенция – владение основными приемами и стратегиями перевода. Синхронный переводчик должен уметь быстро применять приемы смыслового развития, компрессии, генерализации, конкретизации, антонимического перевода и другие в зависимости от ситуации.

- необходимы глубокие фоновые знания, осведомленность в предметной области переводимых текстов. Знание терминологии, реалий, культурных и исторических фактов помогает точно интерпретировать смысл и корректно переводить специфическую лексику.

- для синхрониста важны психофизиологические способности – хорошая кратковременная память, высокая скорость реакции, способность к распределению внимания. Эти качества позволяют эффективно справляться с одновременным выполнением нескольких задач.

- синхронный переводчик должен обладать рядом личностных качеств – стрессоустойчивостью, самообладанием, уверенностью, гибкостью мышления. Эти навыки помогают сохранять работоспособность в сложных условиях и быстро принимать решения.

Однако даже при высоком профессионализме переводчика ошибки в процессе синхронного перевода практически неизбежны. Ошибки в синхронном переводе классифицируются на две большие группы – смысловые и языковые.

Смысловые ошибки связаны с искажением или неточной передачей содержания исходного текста. К ним относятся: 1) неправильная передача фактов, имен, цифр, терминов – т.е. ключевой фактической информации текста. Например, при переводе цифр и статистики могут быть допущены фактические неточности; 2) нарушение логических связей в тексте. Неправильное выстраивание предложений, неверная передача смысловых акцентов нарушает логику изложения мысли; 3) опущение важных деталей, «вы-

падение» отдельных смысловых фрагментов текста. Это может быть следствием невнимательности, сбоя в работе памяти переводчика; 4) добавление лишней информации, отсутствующей в оригинале. Переводчик может произвольно добавить какие-то детали от себя; 5) искажение смысла и прагматики высказывания. Неправильная интерпретация иллюкутивной силы и коммуникативного намерения говорящего.

Языковые (речевые) ошибки связаны с неточностями в построении высказывания на языке перевода. Сюда относятся: 1) лексические ошибки – неправильный подбор слов, нарушение лексической сочетаемости, тавтология, плеоназм и т.д.; 2) грамматические ошибки – неправильное употребление грамматических форм слова, нарушение синтаксических норм и правил согласования; 3) стилистические ошибки – неоправданное использование разговорной лексики в официальной речи, несоблюдение стилистических норм; 4) фонетические и интонационные ошибки в устной речи – неверное произношение, ударение, неправильная расстановка пауз и интонационных контуров. Хотя языковые ошибки не искажают глубинный смысл высказывания, они создают речевой дискомфорт для аудитории и снижают общее качество перевода.

Синхронный перевод включает в себя **четыре основные задачи**: понимание исходного текста, порождение текста на языке перевода, хранение информации в рабочей памяти и координацию всех этих процессов. Чтобы успешно справиться со всеми этими задачами, переводчик должен поддерживать их в равновесии и избегать когнитивной перегрузки.

Здесь на помощь приходят жесты. Согласно ряду исследований, жестикуляция является одним из средств, позволяющих переводчикам справиться со стрессом и высокой когнитивной нагрузкой в процессе работы [Leonteva, 2023, p. 830-833]. В частности, переводчики часто используют жесты оратора, чтобы извлечь дополнительную информацию, которую можно выразить при помощи телодвижений. Если какая-то часть текста не совсем понятна, взгляд на жесты спикера может прояснить смысл и облегчить процесс декодирования.

Еще одна важная функция жестов на этапе понимания заключается в том, что они могут облегчить переводчику работу с пространственными понятиями и образами. Так, жесты руками часто носят самоориентирующий характер, помогая людям с процессом концептуализации особенно тех понятий, которые так или иначе связаны с пространственным мышлением. Таким образом, если в речи присутствует много пространственных метафор или описаний, адекватное декодирование жестов может значительно облегчить понимание для переводчика.

Далее, на этапе порождения текста перевода, жесты также играют важную роль. Они могут стимулировать поиск нужных лексических единиц, облегчая процесс перевода сложных терминов и понятий. Использование изобразительных жестов запускает ассоциативное мышление, что помогает подобрать точный эквивалент при переводе абстрактной лексики с одного языка на другой [Ezequiel, Krauss, 2004]. Помимо этого, различные прагматические жесты, связанные со структурированием дискурса, позволяют переводчику более четко оформлять собственную мысль, выделять ключевые моменты в потоке речи, что также снижает когнитивную нагрузку, делая процесс перевода более плавным и организованным.

Наконец, что касается роли жестов в механизмах рабочей памяти, то здесь можно отметить их функцию в кодировании и хранении информации. Определенные типы жестов могут способствовать преобразованию поступающей вербальной информации в пространственные коды, которые легче хранить в рабочей памяти, чем линейные вербальные цепочки. Так, использование изобразительных и метафорических жестов может в некотором смысле разгружать вербально-слуховую память переводчика за счет

активации дополнительных зрительно-пространственных механизмов, позволяя более эффективно сохранять и оперировать значительными объемами информации в процессе синхронного перевода выступления.

Синхронный перевод предполагает процесс межкультурной коммуникации, т.е. взаимодействие ментальных пространств ее участников. Для успешной интеграции этих пространств и достижения взаимопонимания задействованы два важных когнитивных механизма – интерактивное выравнивание и инферирование.

Интерактивное выравнивание подразумевает согласование ментальных репрезентаций коммуникантов в ходе общения. Данный механизм реализуется **на различных уровнях: фонологическом, синтаксическом, семантическом и прагматическом.**

На фонологическом уровне интерактивное выравнивание проявляется в том, что участники коммуникации стремятся к единообразному восприятию и порождению звуков речи. Они подстраивают артикуляцию, интонацию, ритмику речи под особенности друг друга. Это помогает избежать нарушений понимания, связанных с индивидуальными или культурными различиями в произношении. На синтаксическом уровне участники общения непроизвольно выравнивают структуру своих высказываний – используют сходные грамматические конструкции и порядок слов. Это облегчает восприятие речи и способствует более точной интерпретации смысла. Синтаксическое выравнивание особенно важно при переводе, когда необходимо адаптировать структуру предложений одного языка к другому. На семантическом уровне происходит выравнивание смыслов – участники коммуникации стремятся прийти к единому пониманию обсуждаемых концептов и их вербального выражения. Данный процесс требует постоянной корректировки значений и смысловых связей в ходе диалога. Наконец, на прагматическом уровне выравнивание касается ситуативных моделей, контекста и коммуникативных намерений говорящих. Участники диалога должны прийти к общему пониманию целей высказывания, его подтекста, имплицитной информации, что позволяет избежать прагматических ошибок при интерпретации [Рыкова, 2022].

Важную роль в интерактивном выравнивании, особенно на семантическом уровне, играет **механизм инферирования**. Под инферированием понимается процесс извлечения имплицитной, скрытой информации из контекста и формулирования на ее основе смысловых выводов. Особенно важна роль инферирования в условиях синхронного перевода, когда переводчик часто не располагает полной информацией о контексте ситуации и вынужден восстанавливать недостающие звенья смысла. Механизм инферирования позволяет ему правильно интерпретировать коммуникативные намерения говорящего и компенсировать потери, обусловленные культурными и языковыми различиями [Коровкина, 2022, с. 339-341]. Так, к примеру, при столкновении в тексте с метафорой переводчик должен понять ее глубинный смысл, а затем подобрать адекватный переводной эквивалент, который позволит как можно точнее донести этот смысл до получателя перевода. Процесс понимания метафоры и нахождения соответствия в языке перевода как раз и есть инферирование.

Также при синхронном переводе крайне важно правильно интерпретировать эвфемизмы, встречающиеся в речи оратора, и подбирать для них адекватный переводной эквивалент. Эвфемизмы представляют собой лингвистические выражения, которые используют для смягчения неприятных, грубых или оскорбительных слов, заменяя их более мягкими синонимичными выражениями. Например, вместо слова «умер» можно сказать «ушел из жизни». Такие выражения зачастую используются для обсуждения деликатных, спорных тем вроде смерти, религии, политики, секса.

Правильный синхронный перевод эвфемизмов важен сразу по нескольким причинам.

Во-первых, культурная составляющая эвфемизмов. В разных культурах существуют различные табу, обсуждение которых в публичном пространстве не принято или даже запрещено. Это могут быть религиозные вопросы, темы смерти или интимных отношений, некоторые социальные моменты. Например, в арабских странах тема девственности и целомудрия женщин является одной из фундаментальных ценностей культуры и общественной морали. Любое публичное обсуждение отношений до брака или использование слов типа «парень/подруга» (в романтическом контексте) будет считаться крайне неприемлемым и вызовет шок у аудитории. Если при переводе использовать эквивалентные по смыслу слова из языка перевода, не учитывая культурный контекст, это может быть расценено слушателями как грубое нарушение общепринятых норм. Поэтому в данном случае необходимо использовать ту же степень «завуалированности» высказывания, что и в оригинале, подобрав соответствующий эвфемизм [Mohammed, 2022, p. 61-70].

В другом случае, если политик или общественный деятель использует эвфемизмы, говоря о какой-либо этнической или религиозной группе в нейтральном или положительном ключе, то при переводе нельзя заменять их на слова с негативными коннотациями. Это может поставить выступающего в крайне неудобное положение и даже спровоцировать скандал.

Также следует учитывать степень «завуалированности» эвфемизмов в исходном высказывании и сохранять ее в переводе. Слишком «откровенный» вариант будет выглядеть грубовато, а излишне цензурный – будет искажать смысл сказанного.

Во-вторых, соблюдение норм вежливости и нейтрального тона. Неправильно подобраный эквивалент эвфемизма может восприниматься аудиторией как оскорбительное, резкое высказывание, что особенно актуально для таких деликатных тем, как возраст, внешность, физические особенности человека, определенные аспекты частной жизни и т.д. Например, если вместо эвфемизма «полные люди» (для обозначения людей с избыточным весом) использовать в переводе резкое слово «жирные», это будет звучать крайне оскорбительно и неуважительно. Или при попытке смягчить не самое лестное определение той или иной этнической группы путем использования описательных оборотов вроде «люди другой расы/национальности», недопустимым будет прямолинейный перевод данной фразы без эвфемистических выражений, поскольку это будет воспринято как хамство и дискриминация. В этой связи очень важно соблюдать общую тональность высказывания, подбирая такие эквиваленты эвфемизмов, которые сохраняют нейтральный, вежливый дух оригинала.

В-третьих, сохранение фактологического смысла высказывания. Как было сказано выше, иногда эвфемизмы используют для вуалирования не совсем приятных фактов в более мягкой форме, но они все равно несут в себе определенную информацию, пусть и завуалированную. Если при переводе опустить эти детали полностью или заменить эвфемизм некорректным эквивалентом, неверно отражающим ситуацию, это может в корне изменить смысл высказывания для аудитории.

Допустим, докладчик при помощи эвфемизмов указывает на существование какой-либо социальной проблемы в регионе (скажем, бедности или безработицы), без прямых негативных или категоричных оценок. Но переводчик игнорирует эти намеки или заменяет эвфемизмы на слова с положительной коннотацией. Тогда получается, что, по словам докладчика в интерпретации переводчика, данной проблемы на самом деле нет, хотя на деле это не так. Поэтому очень важно правильно улавливать ту фактологическую информацию, которая вложена в эвфемизмы, и передавать ее в переводе максимально точно, не искажая. При необходимости эту информацию можно раскрыть более детально, если в языке перевода нет возможности подобрать аналогичный эвфемизм с нужным смыслом [Nurlyyeva, 2024].

Инферирование опирается на знание пресуппозиций – общих фоновых знаний коммуникантов. Эти пресуппозиции образуют своего рода «общий когнитивный фонд», без которого порождение и понимание высказываний затруднено или невозможно.

Пресуппозиции делятся на два больших класса: 1) референциально-языковые пресуппозиции; 2) когнитивно-тезаурусные пресуппозиции.

Референциально-языковые пресуппозиции связаны со спецификой выражения той или иной коммуникативной ситуации языковыми средствами. К этому классу относятся знания особенностей использования различных языковых единиц, их стилистической окраски, национально-культурной специфики и так далее. Так, к примеру, обращаясь к русскоязычному слушателю, говорящий будет опираться на пресуппозицию о том, что форма «вы» вежливее и уместнее формы «ты» при коммуникации с незнакомым человеком. Это референциально-языковая пресуппозиция, отражающая особенности русского речевого этикета.

Важной разновидностью референциально-языковых пресуппозиций являются знания о способах выражения логических связей в конкретном языке. Сюда относятся различные языковые средства обеспечения цельности и связности текста: союзы, лексические повторы, местоименные замены и т.д. От правильного понимания особенностей референциальных отношений в исходном тексте во многом зависит адекватность перевода.

Еще один аспект референциально-языковых пресуппозиций – это знание жанрово-стилистических норм того или иного языка. К примеру, переводя деловое письмо, переводчик опирается на пресуппозицию о наличии для этого жанра устоявшихся клише и штампов на каждом из рабочих языков. Их незнание может привести к коммуникативным неудачам.

Если референциально-языковые пресуппозиции связаны со спецификой выражения информации языковыми средствами, то **когнитивно-тезаурусные** относятся к ее смысловому наполнению. Данный класс включает фоновые знания о предметной области коммуникации, культурном контексте, общие представления об окружающей действительности.

Когнитивно-тезаурусные пресуппозиции формируют то, что в когнитивной лингвистике называется картиной мира – образ реальности, отраженный в человеческом сознании. Картины мира у носителей разных языков могут не совпадать, что неизбежно сказывается на особенностях их коммуникации. В качестве примера когнитивно-тезаурусных пресуппозиций можно привести различия в том, как представители западных и восточных культур воспринимают категорию времени (линейно или циклично), структурируют информацию (прямолинейно или «по спирали»), выражают эмоции и т.д. От понимания этих различий во многом зависит адекватность межкультурной коммуникации и ее перевода.

Еще один важный пласт когнитивно-тезаурусных пресуппозиций – это общий контекст, понимание которого необходимо для интерпретации высказываний в процессе перевода. Это могут быть фоновые знания о конкретной коммуникативной ситуации, ее участниках, предшествующем дискурсе и т.д. Без опоры на эти пресуппозиции адекватный перевод текста может быть затруднен или невозможен.

Таким образом, проявления языковой личности синхрониста, ее ментальные, психические, эмоциональные и прагматические характеристики детерминируются конкретным контекстом переводческого события. Каждая новая ситуация устного последовательного перевода предлагает новые смыслы, вскрывает новые интенции, которые влекут за собой трансформацию языковой личности профессионального переводчика. При этом базовые составляющие, фундамент языковой личности синхрониста во многом остаются неизменными. К таким базовым компонентам можно отнести общую эрудицию, фоновые

знания о культуре и истории разных стран, осознанность (рефлексию), богатый личный тезаурус, включающий понятия из различных областей действительности, а также сформированные профессиональные навыки и умения в области устного последовательного перевода.

Однако в процессе непосредственной практической деятельности происходит дальнейшее развитие и совершенствование языковой личности синхронного переводчика. Этому способствуют следующие факторы: 1) расширение фоновых знаний и личного когнитивного пространства за счет знакомства с новыми тематическими областями в различных сферах человеческой деятельности; 2) обогащение тезауруса новыми концептами, понятиями, терминологией; совершенствование языковой и коммуникативной компетенции на рабочих языках; 3) повышение скорости реагирования и принятия переводческих решений в условиях дефицита времени; 4) улучшение способностей к смысловой компрессии и ранжированию информации в процессе перевода.

Все эти навыки и умения накапливаются и автоматизируются по мере получения все нового и нового опыта синхронного перевода различных мероприятий – конференций, форумов, переговоров. Так, переводчик со стажем и большим опытом работы будет демонстрировать иную языковую личность по сравнению с новичком. Его языковая личность характеризуется: высокоразвитым языковым чутьем, позволяющим быстро находить адекватные лексико-грамматические соответствия; широким вокабуляром и знанием различных регистров – от разговорного до официально-делового; отличным знанием реалий, имен, географических названий; умением моментально переключаться с одной темы на другую и быстро вникать в новую предметную область; способностью распознавать и интерпретировать интертекстуальные отсылки, аллюзии, прецедентные тексты; высокоразвитым языковым чутьем, позволяющим улавливать самые тонкие смысловые нюансы, скрытые интенции автора текста; умением гибко использовать переводческие трансформации для достижения необходимого уровня эквивалентности; способностью сохранять работоспособность и быструю реакцию даже в стрессовых ситуациях «переводческого марафона» [Уланова, 2022, с. 162].

Таким образом, благодаря постоянной практике синхронного перевода различных событийных мероприятий, языковая личность переводчика-синхрониста непрерывно развивается и совершенствуется. При этом формируются устойчивые навыки оперативного решения переводческих задач, расширяется когнитивная база, оттачивается чутье на адекватную передачу смысла с учетом прагматических факторов, что позволяет достигать все более высокого уровня эквивалентности при сохранении баланса между содержанием и формой.

Список литературы

1. Коровкина, М. Е. Инферирование и функциональный подход к тексту на материале синхронного перевода / М. Е. Коровкина, А. Л. Семёнов // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия : Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2022. – Т. 13. № 2. – С. 337-352.
2. Рыкова, П. А. Функционирование когнитивных механизмов межкультурной коммуникации в синхронном переводе (на материале англо-русского перевода) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2022. – Т. 15, № 10. – С. 3375-3381. – DOI 10.30853/phil20220516.
3. Уланова, Е. Э. Исследование языковой личности синхронного переводчика в ситуации перевода // Гуманитарные и юридические исследования. – 2022. – Т. 9 (1). – С. 159-166.
4. Alisoy, H. A discussion of simultaneous interpretation, its challenges and difficulties with its implementation // Znanstvena Misel. – 2022. – No. 65(65). – P. 40-42. – EDN AESUSQ.

5. Hala Ghanim Mohammed. The Importance of Utilizing Euphemism in Translation and Simultaneous Interpreting // Journal of the College of Education for Women. – 2022. – Vol. 33, No. 2. – P. 55-74. – DOI 10.36231/coedw.v33i2.1588.

6. Leonteva, A. V. Metaphoric gestures in simultaneous interpreting / A. V. Leonteva, A. Cienki, O. V. Agafonova // Russian Journal of Linguistics. – 2023. – Vol. 27, No. 4. – P. 820-842.

7. Morsella, Ezequiel & Robert M. Krauss. 2004. The role of gestures in spatial working memory and speech. The American Journal of Psychology 117 (3). 411–424. <https://doi.org/10.2307/4149008>.

8. Nurlyyeva, M. A. Modern teaching methods of simultaneous interpretation / M. A. Nurlyyeva, G. M. Gurbanova // Современные научные исследования и инновации. – 2024. – No. 1(153). – EDN OOQFSJ.

9. Raufov, M. M. Difficulties of simultaneous interpreting during interpretation // Состояние и перспективы развития современной науки. Сборник статей Международной научно-практической конференции. Петрозаводск, 2023. P. 69-74. – EDN MPFZTL.

З. З. ЧАНЫШЕВА

Уфимский университет науки и технологий
(Уфа, Россия)

МЕДИАТИЗАЦИЯ И ЕЁ РОЛЬ В СОЗДАНИИ КРИЗИСНОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

MEDIATIZATION AND ITS ROLE IN CREATING CRISIS POLITICAL COMMUNICATION

Аннотация

В статье рассмотрено понятие медиатизации публичной сферы, выделены её основные характеристики, влияющие на функционирование текстов, освещающих события из области международной политики и оказывающих воздействие на массовую аудиторию при их восприятии и оценке. Цель исследования состоит в установлении роли медиатизации в создании кризисной политической коммуникации. Акцент сделан на использовании нарративных приёмов в медиатизированных текстах как инструмента конструирования субъективного отражения событий и навязывания массовому адресату взглядов и мнения СМИ. Материал для анализа отобран из медийных источников на английском и русском языках, создающих медиатизированные картины конфликтных ситуаций, получивших громкий резонанс в мировой прессе. В процессе исследования использовались дискурсивный и контекстуальный методы анализа, компонентный анализ лексических единиц, процедуры интерпретации.

Abstract

The article considers the notion of mediatization in public sphere, stresses its basic features that affect functioning of texts reporting events from the field of international policy and making an impact on mass audience perceiving and assessing them. The research aims at establishing the role of mediatization in creating crisis political communication. The article focuses on narrative means used in mediatized texts as an instrument of constructing a subjective depiction of events and imposing media views and opinions on mass addressee. The material for analysis has been drawn from English and Russian media sources creating mediatized pictures of conflict situations that got

a strong resonance in the world press. The study of material makes use of discursive and contextual methods of analysis, componential analysis of lexical meaning, procedures of interpretation.

Ключевые слова: медиатизация, установление повестки дня, усиление власти СМИ, медиатизированная политика, кризисная политическая коммуникация, медиаконфликтология, нарративные приёмы воздействия.

Keywords: mediatization, agenda setting, increase of media power, mediatized policy, crisis political communication, media conflictology, narrative means of impact.

Начиная со второй половины XX века по настоящее время в исследованиях отечественных и зарубежных учёных небывалую популярность приобрёл термин медиатизация в разных сочетаниях: медиатизация общества, медиатизация политики, медиатизация коммуникации, медиатизация культуры, медиатизация спорта и т.д. Данное понятие, введённое в оборот Дж. Томпсоном в 1995 году, обозначало «систематические культурные преобразования» под влиянием развития технологий [Thompson]. Автор подчеркнул, что имеет место растущее подчинение влиянию массмедиа всего современного жизненного пространства, так как возведение реального события до публичного статуса медиафакта коренным образом изменяет природу происходящего.

Обзор литературы по медиатизации показывает, что до сих пор нет общепринятого определения данного понятия. Одна из причин состоит в том, что в предложенных определениях термина изначально акцентированы два качества медиатизации: влияние развивающихся технологий на средства информации и глубокие непрекращающиеся изменения в социокультурном пространстве. Мнения исследователей разнятся по поводу того, какой из двух характеристик следует отдать предпочтение. Для предотвращения перекосов в толкованиях понятия К. Лундби заявляет, что «ядром медиатизации являются социальные и культурные преобразования, а не технические средства как таковые» [Lundby]. Он называет медиатизацию влиятельным процессом, оказывающим не локальные воздействия, но захватывающим все общество (“... the media are powerful in so far as they have transversal more than localized effects”) [Lundby]. Сторонники технологически-детерминистского подхода развивают критический анализ взаимосвязи между изменениями среды коммуникаций, с одной стороны, и изменениями культуры и общества, – с другой

Для уточнения определения медиатизации необходимо прежде всего разграничить два понятия, связанные с медиа: медиация (mediation) и медиатизация (mediatization). При родстве корневых морфем, они выражают несоотносимые смыслы. о чём пишет С. Ливингстоун, отмечая, что в медиации появляется всё, но не всё медиатизируется (выделено мною – З.З.Ч.) (“everything is mediated but not everything is mediatized”) [Livingstone]. Отсюда следует, что медиация не подверглась решительным изменениям со временем, а медиатизация как новый термин потребовал осмысления сути связанного с ней процесса в коммуникации и установления специфики выполняемых ею функций. Ответы на указанные задачи могли дать определения медиатизации.

Дж. Формас определяет медиатизацию как исторический процесс, приводящий к повышению значимости медиа-коммуникации в расширении сфер жизни и общества, учающий, как институализированные технологии коммуникации разрастаются в охвате и возрастают по характеру влияния и силе воздействия [Formas].

Профессор Лондонского института экономики С. Ливингстоун выделяет две главных черты медиатизации: во-первых, влияния медиа на сферы общества, которые исторически отделены от медиа; во вторых, эти влияния происходят в сложной форме и действуют в течение значительного периода времени. Пространство социального воздействия

медийной информации чрезмерно велико, потому что повседневная жизнь перенасыщена медийными потоками ("...everyday life has become supersaturated with media flows" [Livingstone, Lunt]).

Следовательно можно считать, что медиатизация открывает новую эпоху в истории СМИ, принимая на себя новые функции, отбирая, фильтруя информацию и ранжируя её по признаку актуальности, тем самым создавая в сознании читателя нужную картину мира. Роль медиатизированной политики не только позволяет медиа устанавливать список злободневных тем и важнейших событий, оценивая степень их актуальности, но и вынуждают разделять навязываемое мнение и оценки.

Наступило время, о чём предупреждал П. Бурдьё, когда установилась фактическая монополия журналистов на средства производства широко распространяемой информации и на доступ всех, включая простых граждан, к «публичному пространству». П. Бурдьё одним из первых обратил внимание на лингвистический аспект общения в коммуникации, грамотное использование которого может обеспечить разделение и воспроизводство политической власти в социуме. Это утверждение исследователя напрямую увязало медиакommunikацию с политикой, закрепив за лингвистическим оформлением высказываний их политическое назначение. По мнению учёного, медиа превратились в более эффективный инструмент управления обществом, чем официальные органы власти. Опираясь на социальную практику, П. Бурдьё утверждает, что разные социальные слои обладают различными возможностями и способностями адаптироваться к лингвистическому «рынку», то есть обладают различным количеством того, что он называет «лингвистическим капиталом» [Бурдьё, 2002].

К разработанным П.Бурдьё видам капитала Н. Коулдри добавляет ещё один, называя медиа мета-капиталом (цит. по [Lundby]).

Идеи о важности «лингвистического рынка» в обеспечении позиции доминирования в обществе и межкультурных отношениях подвели к выводу о необходимости выработать и внедрять в практику новые стратегии поведения. Об этом пишет В.Б. Кашкин, выделяя стратегии, направленные на использование приёмов прямой и косвенной агрессии; приёмов регулирования права на сообщение; приёмов использования воспроизводства отношений властной иерархии; приёмов мимикрии, предполагающих использование тактик притворства [Кашкин, 2007, с. 223].

Критикуя тренды современных медиа (коммерциализация, цифровизация, медиатизация), Е.Л. Вартанова предупреждает об опасности и вреде неграмотного медиапотребления, когда «логика медиа проникает во все стороны человеческой жизни <...>, и всё, что происходит в медиа, становится иной раз большей реальностью, чем реальные события, медиа не освещённые» [Вартанова].

Принято считать, что с развитием медиатизации наступило время «новых» медиа, которые предоставляют большее количество возможностей для участия в процессе «создания» новостей и в большей степени, чем традиционные, реализуют функцию инструмента для определения злободневности тем и актуальности событий, выражения мнений, их распространения и навязывания обществу.

Следует подчеркнуть, что роль новых медиа в обществе утвердилась и продолжает возрастать не только вследствие развития технологий. Об участии в этом процессе ряда факторов можно сослаться, например, на точку зрения С.Хьярварда, упоминающего среди *modus operandi* новых медиа совокупное действие разных возможностей (институциональных, эстетических, технологических, социокультурных трансформаций) [Hjarvard].

По мнению зарубежных исследователей, достоинством новых медиа является рационализация или демократизация, так как второе слово они предпочитают применять в этом случае, по английской традиции, поскольку медиатизация обеспечила обществен-

ности доступ к достижениям науки, права (основам этики) и критики (основам критической мысли и рефлексии).

Из вышесказанного можно было бы заключить, что развитие медиатизации и появление новых медиа имели огромное положительное значение. Однако, судя по медийным материалам, побеждает логика медиа, которая выносит на первый план высокие доходы за публикации, насаждение политических мнений и смыслов, отстаивание финансовых интересов элиты и наднациональных компаний. Это приводит к тому, что не всегда добросовестно и ответственно пользуются благами и создают медийные продукты, используя неблагоприятные приёмы, которые упоминает В.Б. Кашкин. На самом деле публичная сфера общения в странах с жёстким административным контролем и монополизацией средств и каналов связи со стороны бизнеса воспрепятствовали установлению честной, правдивой, ответственной диалогичной коммуникации. Более того, медиа становятся инструментом разжигания и углубления конфликтов. Отечественные исследователи медиа отмечают, что перспективным направлением исследований СМИ сегодня является медиаконфликтология [Вартанова, Дунас, Гладкова, 2023, с. 601]. Причём характерным явлением современности является не столько значительное количество конфликтов в разных регионах, подогреваемых медиа, сколько вовлечённость в них большого числа не только соседних стран.

В процессе медиатизации политического процесса и возникновения его экстремальных форм происходит искусственное стимулирование политической напряженности «в эпоху глобальной информации, именно она выходит на первый план» [Тимофеева, 2022, с. 383]. Экстремальные проявления осознанно выводятся за пределы норм права. Именно средства массовой коммуникации способны повышать или понижать значимость событий, конструируя медиатизированную политику, создавая образы, используя войну слов [Казимирчик, 2014, с. 99-100].

Медиатизация политики приводит к обострению конфликтов, усиливает состояние кризиса политической коммуникации, создаёт и углубляет напряжённость в международных отношениях. В этом процессе оказалась востребованной методология нарративных технологий [Чанышева, 2019]. Популярность приобрели разные виды нарратива (фикциональный, цитатный, мимикрический и др.), позволяющие вольно обращаться с фактами, выдавая медиафакты за правду, сопровождая факты реальности предвзятым и ложным комментарием и т.д. Примером может послужить контрастное освещение подрывов газопроводов «Северный поток» в текстах, представляющих два вида наррации: фикциональный и фактологический. Фикциональный нарратив на эту тему использован деловой американской газетой *The Wall Street Journal* (WSJ), представляющей изощёренную ложь о событии:

A Drunken Evening, a Rented Yacht: The Real Story of the Nord Stream Pipeline Sabotage
Private businessmen funded the shoestring operation, which was overseen by a top general; President Zelensky approved the plan, then tried unsuccessfully to call it off (WSJ).

Заголовок вместе с резюме является скорее легковесной наррацией о нелепой ситуации, чем сообщением о реальном трагическом событии, принесшем много бед получающим российский газ европейцам. Фикциональный нарратив описывает кучку пьяных украинских дайверов, развлекающихся на арендованной яхте и разрабатывающих под контролем «главного генерала» план подрыва газопроводов при поддержке частных бизнесменов (*drunken evening, rented yacht, buoyed by alcohol and patriotic fervor, top general, outlandish scheme that might bubble up in a bar around closing time*). При этом созданный нарратив о событии подан как правдивая история диверсии, имеющей, по мнению газеты, очень скромную значимость (*the real story, shoestring operation, was overseen, a top general, tried unsuccessfully*), судя по словарной дефиниции *shoestring* – *from shoestrings*

being a typical item sold by itinerant vendors: a small sum of money: capital inadequate or barely adequate to the needs of a transaction (Merriam-Webster). Контрастная картина события представлена в фактологическом дискурсе российского президента, расценившего подрыв как акт государственного терроризма: «Причем теракт, совершенно очевидно, совершенный на государственном уровне, потому что никакие любители подобной акции совершить не могут. Взрыв подобного рода, такой мощности, на такой глубине могут осуществить только специалисты, причем поддержанные всей мощью государства, которое располагает определенными технологиями (www.interfax).

Ярким примером дезинформации и манипулирования массовым сознанием является вторичная нарративная история в американском журнале Time с использованием цитатного и транспонированного нарративов о подписанном М. Мишустинным документе от 04 февраля 2023 года. В соответствии с частью 1 статьи 92 Федерального закона «О безопасности объектов топливно-энергетического комплекса» предоставляется право акционерному обществу Газпром нефть на учреждение частной охранной организации для обеспечения защиты активов компании. На это решение отреагировали медиаиздания несколькими нарративными транспонированными версиями:

- 1) *“Gazprom Is Launching a ‘Private Military.’ Could It Be the Next Wagner Group?”* (Time)
- 2) *The Coming Hurricane: Russian Energy-Giant Gazprom Is Creating An Army.* (forbes)
- 3) *Russian state energy giant Gazprom is starting its own private security force, a move Ukraine fears will lead to a new Wagner-like mercenary army* (businessinsider).

В транспонированных нарративах использованы многочисленные немотивированные трансформации: в названии организации сохранен лишь компонент частная, главный элемент охранная передан неверно как военная; причем неясно, к чему отнести данный атрибут, поскольку пропущен элемент организация; также отсутствует ссылка на Федеральный закон. Одновременно во вторичной нарративной истории добавлен обширный комментарий, который проводит параллель между частным охранным предприятием (ЧОП) и частной военной компанией (ЧВК), представленной как Группа Вагнера, армия наёмников, печально известная своей жестокостью и злодеяниями по отношению к гражданскому населению; усиливается военное назначение охранной организации через её замену словом армия (army) и пугающие образы; hurricane an extremely large, powerful, and destructive storm with very strong winds that occurs especially in the western part of the Atlantic Ocean (Merriam-Webster). В результате сделан акцент на якобы агрессивном характере российской политики, содержатся угрозы об использовании таких армий в Украине, появляется недопустимая в отношении политических лидеров лексика и оскорбительные выражения.

Таким образом, исследование позволяет сделать ряд выводов: во-первых, медиатизация коммуникации становится ведущим трендом в современной медийной коммуникации, нанося огромный вред интересам участников международного общения; во-вторых, медиатизированная политика как результат этого процесса загоняет политическую коммуникацию в тупик, постоянно создавая и углубляя состояние кризиса и усиливая напряжённость в межгосударственных отношениях; в-третьих, развитие нарративных технологий конструирования медиатизированной картины мира в медиасфере получило импульс к совершенствованию в новых СМИ, порождая медиаконфликты и осложняя их мирное разрешение.

Список литературы

1. Бурдые, П. Поле политики, поле социальных наук, поле журналистики // О телевидении и журналистике / Пер. с фр. Т. Анисимовой, Ю. Марковой: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, – 2002. – С. 105-157.

2. Варганова, Е. Елена Варганова о фейках, медиа будущего и цифровой молодежи – URL : <https://newsarmenia.am/news/interview/elena-varganova..> (дата обращения : 02.10.2024).
3. Варганова, Е. Л. Медиаконфликтология как поле междисциплинарного анализа социальных конфликтов / Е. Л. Варганова, Д. В. Дунас, А. А. Гладкова // Вопросы теории и практики журналистики. – 2023. – Т. 12, № 4. – С. 601-618.
4. Казимирчик, В. П. Феномен медиатизации публичной политики : теоретико-методологический аспект политики : теоретико-методологический аспект // Теория и практика общественного развития. – 2014. № 11. – С. 99 -100.
5. Кашкин, В. Б. Основы теории коммуникации. Краткий курс. 3-е изд., перераб., и доп. М.: АСТ: Восток–Запад, 2007. – С. 256.
6. Тимофеева, Л. Н. Культура ограничения коммуникативного насилия в прокси-войнах // Социальные и гуманитарные знания. – 2022. Том 8, № 4. – С 382-389.
7. Чанышева, З. З. Ложный нарратив в межкультурной политической коммуникации // IV Фирсовские чтения. «Язык в современных дискурсивных практиках» : материалы научно-практической конференции. – М.: Российский университет дружбы народов. 22-23 октября 2019 г. – С. 428-434.
8. Formas, J. Culturalizing Mediatization. URL: https://www.researchgate.net/publication/304818776_Culturalizing_Mediatization (дата обращения : 02.10.2024)
9. Hjarvard The Mediatization of Society. – URL : <https://docs.yandex.ru/docs/view...> Hjarvard 2012 (дата обращения : 02.10.2024).
10. Livingstone, S. Everything is mediated but not mediatized // Lundby, K. (ed.) Mediatization of Communication. Handbooks of Communication Science. – URL : <https://docs.yandex.ru/docs/view...>(дата обращения : 18.09.2024).
Livingstone, S., Lunt, P. Mediatization an emerging paradigm for media and communication studies. URL : <https://www.researchgate.net/publication...> (дата обращения : 18.09.2024).
11. Lundby, K., (ed.) Mediatization of Communication. Handbooks of Communication Science. URL : <https://docs.yandex.ru/docs/view...> (дата обращения : 02.10.2024).
12. Thompson, J. Ideology and modern culture : critical social theory in the era of mass communication. URL : <https://archive.org/details...> (дата обращения : 18.09.2024).

Р. Н. ЧИЖ

Санкт-Петербургский государственный университет
(Санкт-Петербург, Россия)

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСКУРСИВНОЙ ЛИЧНОСТИ БУДУЩЕГО ЖУРНАЛИСТА НА ЗАНЯТИЯХ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

FORMATION OF A PROFESSIONAL DISCURSIVE PERSONALITY OF A FUTURE JOURNALIST IN FOREIGN LANGUAGE CLASSES

Аннотация

Настоящая статья посвящена одной из актуальных проблем иноязычного образования – проблеме формирования профессиональной дискурсивной личности будущего журналиста на занятиях иностранного языка. В настоящее время к современному журналисту предъявляется много требований, касающихся его профессиональной подготовки и профессиональных компетенций, которыми он должен обладать. Среди этих компетенций – сво-

бодное владение иностранным языком как на бытовом уровне, так и в сфере профессиональной коммуникации. Иностранный язык для будущего журналиста является средством межкультурного профессионального общения. В статье описывается уровень владения иностранным языком будущим журналистом, отмечается практическая цель обучения иностранному языку, раскрывается понятие профессиональной дискурсивной личности, составляющей основу иноязычной компетенции, приводятся ее компоненты, описываются алгоритм и система упражнений, направленных на формирование профессиональной дискурсивной личности будущего журналиста на занятиях иностранного языка.

Abstract

This article is devoted to one of the relevant problems of foreign language education – the problem of forming a professional discursive personality of a future journalist in foreign language classes. Currently, there are many requirements for a modern journalist regarding his professional training and professional competencies that he must possess. Among these competencies is fluency in a foreign language both at the everyday communication level and in the field of professional communication. A foreign language is a means of intercultural professional communication for a future journalist. The article describes the level of foreign language proficiency of a future journalist, notes the practical purpose of teaching a foreign language, reveals the concept of a professional discursive personality that forms the basis of foreign language competence, provides its components, describes an algorithm and a system of exercises aimed at forming a professional discursive personality of the future journalist in foreign language classes.

Ключевые слова: иностранный язык, будущий журналист, иноязычная компетенция, языковая личность, профессиональная дискурсивная личность, дискурс.

Keywords: foreign language, future journalist, foreign language competence, linguistic personality, professional discursive personality, discourse.

Современная журналистика переживает большие трансформации, связанные с ростом числа цифровых технологий, изменением принципов получения, обработки и передачи информации, появлением конвергентных средств массовой информации и новых коммуникативных реалий, изменился сам подход к работе журналиста. Данный факт отмечают многие исследователи. Так, О.В. Копылов пишет о том, что новые реалии медиасферы заставляют журналиста приспосабливаться к новому формату работы – переходить к новой системе творчества, в которой должны сочетаться как творческие характеристики, так и умения использовать информационные технологии [Копылов, 2012, с. 20].

В исследовании А.А. Градюшко говорится о том, что: «Роль СМИ в современном мире кардинально изменилась и этот процесс не останавливается. Сегодня журналисты работают в совершенно иных условиях по сравнению с прошлым. Интернет не уничтожает традиционные медиа (пресса, телевидение, радио), но заставляет их меняться, внедрять новые форматы и технологии, по-другому взаимодействовать с аудиторией. Преобразования в цифровой среде настолько стремительны, что классические СМИ не всегда успевают адаптироваться к новой реальности» [Градюшко, 2019, с. 15].

Будущий журналист, специализирующийся в печатной, телевизионной или международной сфере должен за короткое время овладеть широким спектром универсальных профессиональных компетенций, к которым также относится и владение иностранным языком или иноязычной коммуникативной компетенцией. Под иноязычной коммуникативной компетенции мы понимаем «способность и готовность осуществлять межличностное и межкультурное взаимодействие на изучаемом неродном языке в разнообразных социально детерминированных ситуациях межличностного и межкультурного общения» [Гальскова, 2017, с. 36].

Иностранный язык – это ключевая компетенция будущего журналиста, так как он должен уметь ориентироваться во всем многообразии поступающей информации из аутентичных ресурсов и источников на иностранном языке, во-первых, правильно ее понимать, во-вторых, критически ее осмысливать и транслировать, переводить специализированную литературу, принимать участие в международных мероприятиях с целью их освещения.

Владение иностранным языком как универсальной компетенцией (УК-4) прописано в Федеральном государственном образовательном стандарте журналиста. В стандарте написано, что выпускник-бакалавр по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика в конце обучения должен уметь вести деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) [ФГОС].

Данная компетенция включает также изучение профессиональной сферы будущего специалиста, что следует из описания ее индикаторов:

Бакалавриат

<i>Код индикатора</i>	<i>Наименование и(или) описание индикатора</i>
УК-4.1	В результате освоения дисциплины «Английский язык» учащийся способен выбирать стиль общения на английском языке в зависимости от цели и условий партнерства;
УК-4.2	В результате освоения дисциплины «Английский язык» учащийся способен адаптировать речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия;
УК-4.3	В результате освоения дисциплины «Английский язык» учащийся способен вести деловую переписку на английском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем;
УК-4.4	В результате освоения дисциплины «Английский язык» учащийся способен вести деловую переписку на английском языке с учетом особенностей стилистики официальных писем и социокультурных различий;
УК-4.5	В результате освоения дисциплины «Английский язык» учащийся способен выполнять для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с английского языка на русский, с русского языка на английский.

Свободное владение иностранным языком как коммуникативной компетенцией для будущего журналиста несомненно важно, поскольку как справедливо замечает М.Н. Ким: «Журналист изначально должен владеть навыками общения, поскольку оно выступает как важнейший инструмент в налаживании контактов с различными людьми, и постоянно совершенствовать свои способности. Ему приходится играть различные коммуникативные роли: сегодня он может выступить в качестве дворника, завтра – нищего, просящего милостыню, уличного музыканта и т.д. Подобного рода перевоплощения возможны только в том случае, если журналист хорошо изучил повадки и язык своих социальных типов, характерные особенности образа их жизни, их жизненные стратегии и многое другое. Все эти знания способствуют развитию коммуникативных способностей журналиста» [Ким, 2011, с. 19].

Практической целью обучения иностранному языку у будущих журналистов является формирование иноязычной межкультурной компетенции, а также развитие умений ведения межкультурной коммуникации – адекватного взаимопонимания двух участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам

[Верещагин, Костомаров, 1990, с. 26]. Студенты изучают иностранный язык не как лингвистически замкнутую систему знаков с ее набором фонем, морфем и флексий, окончаний и т.д., а как средство межкультурного общения, для решения конкретных задач общения, в том числе профессиональных.

Изучение иностранного языка неразрывно связано с изучением истории и культуры его народа, рассмотрением норм бытового общения, а также правил речевого этикета. Это помогает глубже проникнуть в систему языка, а также понять ментальность народа, говорящего на этом языке.

Большое значение в процессе лингвообучения имеет обращение к экстралингвистическим факторам, а также к социолингвистическому и психолингвистическому аспектам, обращающим внимание на то, кто говорит на иностранном языке, как говорит и, собственно, для чего говорит.

При таком понимании процесса иноязычного образования важным аспектом на занятиях иностранного языка является формирование *языковой личности* будущего специалиста сферы журналистики. Понятие языковой личности было разработано отечественным исследователем Ю.Н. Карауловым и легло в основу многих лингвистических концепций. Языковая личность – это «совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений (текстов), которые различаются степенью структурно-языковой сложности, глубиной и точностью отражения действительности, определённой целевой направленностью» [Караулов, 1987, с. 104].

Мы, опираясь на концепцию языковой личности Ю.Н. Караулова, состоящую из синергии трех уровней: вербально-семантического (включающего лексику, грамматику), тезаурусного (содержащего ценности и установки, в конечном итоге воплощаемые в языковой картине мира), мотивационного (репрезентирующего коммуникативное поведение личности в разных сферах общения), полагаем, что в контексте обучения будущих журналистов целесообразно говорить о развитии дискурсивной личности, а именно профессиональной дискурсивной личности.

Поскольку речевая деятельность человека характеризуется связностью – мы говорим и пишем, используя не разрозненные слова, а с помощью выстроенной последовательности, включающую в себя ситуацию, текст, контекст, экстралингвистические факторы (внеязыковая социальная действительность, под влиянием которой происходит отбор языковых средств, выстраивается коммуникация) – то необходимо выделить единицу, которая включает в себя эти операции. На наш взгляд правомерным в этой связи будет говорить о *дискурсе* как о коммуникативном событии, которое происходит в определенном когнитивно и типологически обусловленном коммуникативном пространстве [Чернявская, 2001, с. 14].

Дискурс может осуществляться как в устной, так и письменной форме, вербально и с помощью невербальных средств общения. Дискурс, часто связываемый с понятием текста, фиксирующего в языковых знаках какую-либо информацию, включает в себя набор различных коммуникативных намерений по отношению к партнеру-реципиенту в рамках определенной ситуации и выражается с помощью специфических для данного типа дискурса языковых и неязыковых средств. Уместно в этой связи рассматривать дискурс как бинарный феномен – это и продукт речевой деятельности и процесс его создания в совокупности экстралингвистических факторов. При такой постановке вопроса мы делаем вывод о том, что в процессе иноязычного обучения неэффективно заставлять студентов заучивать тексты как некий эталон, образец какого-либо смысла или темы, нужно учить студентов самостоятельно продуцировать, воспринимать, интерпретировать дискурсы и принимать в них активное участие.

Компоненты профессиональной дискурсивной личности будущего журналиста



Дискурс включен в структуру профессиональной дискурсивной личности специалиста. **Профессиональная дискурсивная личность** будущего журналиста включает **четыре компонента**, которые показаны на следующей схеме.

Формирование профессиональной дискурсивной личности важно для специалиста сферы журналистики, т.к. дискурс включен в систему его профессиональной коммуникации. Формируемый на занятиях иностранного языка конструкт профессиональной дискурсивной личности представляет собой интегративное качество личности, включающее вербальный, когнитивный, профессиональный и прагматический уровни, обеспечивает успешность ведения профессиональной коммуникации посредством восприятия, понимания, создания профессионально ориентированных дискурсов, выстраиваемых согласно специфике конкретной ситуации.

Система формирования профессиональной дискурсивной личности будущего журналиста включает следующие аспекты. На *начальном этапе* ознакомления преподаватель отбирает тот тип дискурса, который будет релевантен для студентов: дискурс телевидения, радио, PR, политический, рекламы, научный, спортивный. На основе чтения профессионально ориентированных текстов, прослушивания аудиозаписей и просмотров видеофильмов на изучаемом иностранном языке происходит знакомство студентов с этим видом дискурса, обсуждение сферы его применения, осуществляется дискурс-анализ его структуры и содержания (рассмотрение структурных, композиционных, логико-смысловых, лингвистических особенностей). После просмотра или прослушивания преподаватель осуществляет контроль понимания задания с помощью таких упражнений как:

- Скажите, о чем данный текст/видео/аудиозапись?
- Отметьте, что характерно для структуры данного дискурса?
- Запишите слова, термины, которые связаны с изучаемым дискурсом;
- Прочтите текст заново и ответьте на вопросы (после текста);
- Прослушайте/просмотрите аудио/видеозапись снова и воспроизведите ту часть, которая следует далее (преподаватель выключает звук на определённом моменте);
- Воссоздайте дискурс, опираясь на ключевые слова.

На *втором этапе* тренировки студентам предлагается прослушать/просмотреть еще несколько записей с дискурсом их профессиональной сферы по вышеуказанному алгоритму и затем выполнить упражнения для отработки выражений-клише и языковых средств, характерных для данного дискурса. На этом этапе студенты вместе с преподавателем обсуждают коммуникативную ситуацию, анализируют речевое и неречевое

поведение коммуникантов, а также обращают внимание на пути реализации их коммуникативной интенции. В качестве заданий на данном уровне можно использовать следующие:

- *Смоделируйте конкретный дискурс, опираясь на отдельные реплики собеседника.*
- *Смоделируйте конкретный дискурс, вставляя пропущенные фрагменты реплик.*
- *Смоделируйте конкретный дискурс на основе узуальных реплик.*

Следующий этап представляет собой практику, которая может быть реализована в двух вариантах. При первом варианте преподаватель сам указывает на тип дискурса, в котором студенты должны раскрыть свое речевое и неречевое поведение. При втором варианте студенты сами могут выбрать тип дискурса. Главной задачей здесь является создание студентами собственных дискурсов на основе заданного или выбранного типа дискурса. Задание реализуется согласно следующей схеме: *коммуникативная задача → план → опорные высказывания → ключевые слова → письменная презентация профессионально ориентированного дискурса → устная презентация выбранного дискурса с помощью ключевых слов, опорных высказываний.*

В конце данного этапа проводится подробный анализ дискурса, выявляется адекватность коммуникативной цели и ситуации общения, корректность языкового оформления, отмечаются недостатки и ошибки, а также обсуждаются пути их устранения.

Практика работы со студентами журналистами, изучающими иностранный язык показывает, что применяемый дискурсивный подход к иноязычному обучению, а также разработанная система упражнений помогают в формировании их профессиональной дискурсивной личности.

Актуализируемая на занятиях иностранного языка методика формирования профессиональной дискурсивной личности представляет собой управляемое общение, задействующее когнитивные и ментальные процессы. Благодаря активному применению дискурсивных практик данная методика создает условия для последовательного перехода студента-будущего журналиста от учебной деятельности к профессиональной деятельности и гарантирует то, что в будущем он сможет создавать и управлять любым видом профессионально ориентированного дискурса.

Список литературы

1. Верещагин, Е. М. Язык и культура : Лингвострановедение в преподавании рус. яз. как иностранного : метод. руководство / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. – М. : Рус. яз., 1990. – С. 246.
2. Гальскова, Н. Д. Методика обучения иностранным языкам: учеб. пособие. – Ростов н/Д: Феникс, 2017. – С. 350.
3. Градюшко, А. А. Основы творческой деятельности веб-журналиста: учеб.- метод. пособие. – Минск : БГУ, 2019. – С. 239.
4. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1987. – С. 26.
5. Ким, М. Н. Основы творческой деятельности журналиста : Учебник для вузов. – СПб. : Питер, 2011. – С. 400.
6. Копылов, О. В. Особенности творческой деятельности журналиста в условиях медиаконвергенции : дис. ... канд. филол. наук. – Барнаул, 2012. – С. 185.
7. Чернявская, В. Е. Дискурс как объект лингвистических исследований // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса : сб. науч. тр. – СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т экономики и финансов, 2001. С. 11-22.
8. ФГОС – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика. URL. : <https://fgosvo.ru/uploadfiles...> (дата обращения : 06.07.2024).

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ И СОВРЕМЕННАЯ ЯЗЫКОВАЯ КАРТИНА МИРА

А. О. БАЙМАГОМЕДОВА, А. А. ВЕТОШКИН

Мордовский государственный педагогический университет
им. М.Е. Евсевьева
(Саранск, Россия)

ЛИНГВОКОГНИТИВНАЯ СТРУКТУРА ПОЛИТКОРРЕКТНОСТИ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

LINGUOCOGNITIVE STRUCTURE OF POLITICAL CORRECTNESS IN THE ENGLISH LANGUAGE

Аннотация

Изучение лингвокогнитивных основ политкорректности позволяет понять, каким образом языковые средства используются для выражения уважения, толерантности и эмпатии. В публикации рассматриваются и анализируются примеры политкорректных терминов и выражений в отношении людей с ограниченными возможностями здоровья, их роль в создании социокультурных норм и ценностей. Анализ политически корректных терминов описывается с лингвистической точки зрения. В статье обосновывается важность изучения лингвокогнитивных аспектов политкорректности в английском языке, которая позволяет выявить особенности восприятия и интерпретации информации на уровне языка. Исследование лингвокогнитивных аспектов политкорректности в данном контексте позволяет выявить, как язык формирует представления о людях с ограниченными возможностями здоровья и какие ассоциации вызывают различные языковые формулировки.

Abstract

The study of the linguocognitive foundations of political correctness allows us to understand how linguistic means are used to express respect, tolerance and empathy. The publication examines and analyzes examples of politically correct terms and expressions in relation to people with disabilities, their role in the creation of socio-cultural norms and values. The analysis of politically correct terms is described from a linguistic point of view. The article substantiates the importance of studying the linguocognitive aspects of political correctness in the English language, which allows us to identify the features of perception and interpretation of information at the language level. The study of the linguo-cognitive aspects of political correctness in this context allows us to identify how language forms ideas about people with disabilities and what associations are caused by various linguistic formulations.

Ключевые слова: политически корректный язык, эвфемизм, лингвистика, ограниченные возможности здоровья.

Keywords: politically correct language, euphemism, linguistics, disabilities.

Политкорректность в современном мире становится основной проблемой межкультурной коммуникации. Культурная, политическая, социальная жизнь общества подвергаются изменениям, которые влияют на понятийную картину мира его носителей, что в свою очередь находит отражение в системе языка.

Понятие политической корректности возникло в XX веке в США, в России оно появилось недавно в связи с мировой тенденцией к глобализации лексики и обозначению новых явлений. Для лучшего понимания значения политической корректности необходимо обратиться к определениям термина в различных словарях.

В зарубежных словарях существует достаточное количество определений политической корректности. Выделяются различные подходы к ее анализу, но в основном во многих словарях можно встретить языковой и поведенческий аспект политической корректности.

В своем лексиконе эвфемизмов Р. В. Холдер определяет политическую корректность «как соответствие определенным установкам, считаемым безусловной истиной» [Holder, 2002, с. 306]. В данном определении отмечается, что вопрос корректности является отнесенным, так как зависит от авторитета, устанавливающего правила.

В словаре Longman Dictionary дается следующее определение: «политическая корректность – это согласованность с либеральными убеждениями, включая равные возможности для всех, независимо от расы или пола» [Summers, 2005]. В этом определении выделяется связь с либеральными ценностями и обращается внимание на позицию меньшинств в обществе.

В словаре «Американа», созданном специалистами по языку и культуре, термин “politically correct” трактуется как «соответствующий общественным стандартам», то есть такой, который «касается формулировок, подобранных с умыслом избежать обиды и не задеть представителей определённой этнической или социальной группы» [Чернов, 1996, с. 750]. В словаре выделяется взаимосвязь между политикой, идеологией и данным феноменом в американском обществе, обращается внимание на проявления политической корректности в языке благодаря использованию различных эвфемизмов.

Проанализировав различные определения, можно кратко обозначить основное значение политической корректности. Политкорректность – это концепция, которая предполагает использование нейтральных и уважительных выражений и понятий в общении и взаимодействии с другими людьми, с целью избежать оскорблений или унижения на основе расы, пола, национальности, религии или других социальных идентификаций. Она подразумевает уважение к различиям и снижение возможности дискриминации в обществе.

Рассмотрение политкорректности не может проходить без эвфемии. Она лежит в основе формирования политкорректных наименований. Слово «эвфемизм» происходит из греческого языка и переводится как «благоречие».

Д. Н. Ушаков в своем словаре определяет эвфемизм как «использование слова или выражения для скрытого указания на объект или явление, которое неудобно или неприлично называть прямо (например, «в интересном положении» вместо «беременна»; «если ничего не случится с больным» вместо «если больной не умрет») [Ушаков, 2008, с. 697]. Эвфемизмы используются для смягчения наименований, которые в прямом смысле могут быть неприемлемы в обществе согласно моральной точке зрения, заменяя их на более корректные термины.

С развитием уровня культуры и появлением понятия этикет, а позже речевой этикет эвфемизация начала активно развиваться, расширяя сферу применения эвфемизмов и формируя основу политкорректной терминологии.

Специальные термины, созданные идеологией политкорректности, направлены на преобразование восприятия окружающей среды путем замены прямолинейных фраз более утонченными формулировками строятся по принципу эвфемии. При этом политическая корректность это динамическое явление. Соответственно, можно сделать вывод, что происходит изменчивость эвфемизмов.

Мы сталкиваемся с новым явлением в культуре и языке – политическая эвфемизация, которая эволюционирует в соответствии с современными культурными тенденциями, особенно политкорректностью. Это новое культурно-языковое явление даёт возможность политическому эвфемизму стать когнитивной силой, способной формировать новую социокультурную реальность.

Можно отметить, что эта реальность активно проявляется при общении с людьми с ограниченными возможностями здоровья. Политкорректное общение помогает избежать стереотипов, унижающих выражений и обеспечивает равное обращение к людям с различными формами ограниченных возможностей.

Термин «эйблизм» (ableism) используется для обозначения дискриминации в отношении таких людей. Политическая корректность привнесла положительные изменения в отношении людей с ограниченными возможностями здоровья. Термины, которые используются для обозначения физических или умственных особенностей людей приобрели абстрактный характер поскольку интерпретация их значения может зависеть от культурных норм, контекста использования и индивидуальных предпочтений.

Тема эйблизма активно обсуждается в обществе, существует достаточное количество фильмов про людей с ограниченными возможностями здоровья, статей и интервью. Одним из таких фильмов стал фильм, снятый режиссером Эллой Глендининг под названием «Is There Anybody Out There?». Редкая форма инвалидности режиссера Эллы Глендининг вдохновила ее найти кого-нибудь с таким телом, как у нее. В ее дебютном фильме «Есть ли там кто-нибудь?», отмеченном наградами, Элла отправляется на четырехлетние поиски, чтобы воплотить свою мечту в реальность. Элла бросает вызов укоренившемуся в нашем обществе эйблизму и раскрывает себя в фильме, признанном лучшим документальным фильмом об инвалидности от первого лица за всю историю.

Просмотрев интервью с Эллой, уже можно встретить большое количество политкорректных наименований, которые проявляют заботливое отношение к людям с физическими и умственными трудностями. При этом отметим, что в ее фильме используется еще большее количество политкорректной лексики [Lorraine, 2023].

К примеру, встречаются такие термины как: *living in very unusual looking body* (живущий в очень необычно выглядящем теле), *disability community*, *people with disabilities*, *physically-challenged*, данные выражения помогают понять, что люди с ограниченными возможностями здоровья точно такие же, как и все остальные. Политически корректные наименования необходимо использовать в речи и эта тема уважения к людям с ограниченными возможностями очень важна для нашего мира.

Фильм «Is there anybody out there?» Эллы Глендининг ориентирован на представление людей с ограниченными возможностями иначе, показывая, что у таких людей нет недостатков, лишь небольшие препятствия на их пути, которые преодолеваемы. Использование политкорректной лексики в данном фильме отображает важность уважения к индивидуальным особенностям человека и признание их потенциала. Использование политкорректной лексики в данном контексте является основой для формирования инклюзивного, уважительного и объективного общественного мнения.

Мы видим, что влияние языка на общество очень значительно. Поэтому необходимо понимать какие термины используются и как они образованы. Если рассмотреть лексику, используемую для обозначения людей с ограниченными возможностями, можно сделать вывод о том, что данные слова образуются чаще всего с помощью словосложения и аффиксации.

Рассмотрим на примере конкретных терминов. В основном политкорректные слова этой группы образуются с помощью слова *challenged*. Данные слова заменяют привычные *handicapped* или *disabled* в группе. Например, вместо *disabled* используется

physically-challenged, вместо *blind – visually-challenged*. Вот некоторые другие примеры политкорректных слов и выражений: *learning disabled, people with learning difficulties, mentally challenged, special needs* (испытывающие затруднения в обучении, испытывающие трудности в усвоении материала, с ограниченными умственными способностями, с особыми потребностями в образовании) вместо *the mentally handicapped, the retarded* (психически неполноценные, умственно отсталые). Вместо термина *deaf* (глухой) можно использовать *person who is deaf – hearing impaired person*. Вместо термина *invalid/handicapped wheelchair* (инвалидная коляска) можно использовать *mobility aid*.

В основном политкорректные слова этой группы образуются с помощью словосложения. Термины *physically-challenged, visually-challenged, mentally challenged* образованы с помощью слова “*challenged*”. Таким образом, это помогает нам образовать политически корректные наименования, так как несет в себе значение «затрудняющийся». Аффиксацию можно заметить в словах *disabled, disadvantaged, ableism*. В данных словах мы видим наличие приставок и суффикса, таких как “*dis-*” и “*-ism*”.

Выражения *people with learning difficulties, special needs, hearing impaired person, mobility aid, learning disabled* образованы также путем словосложения. Фраза *special needs* состоит из двух слов, которые вместе описывают людей с особыми потребностями в образовании или уходе. *People with learning difficulties* – здесь сочетание слов “*learning*” и “*difficulties*” образует словосложение, описывающее людей с трудностями в обучении. Термин *hearing impaired person* представляет собой словосложение, описывая человека с нарушением слуха. Словосочетание *mobility aid* описывает помощь в передвижении, составлено из слов “*mobility*” и “*aid*”. Рассмотрев номинативные словосочетания, обозначающие людей с ограниченными возможностями здоровья и инвалидностью, можно заметить некоторые особенности.

Обозначим на примерах: *employees with disabilities* – «сотрудники с ограниченными возможностями здоровья», *kids with autism* – «дети с аутизмом»; *kids with communication barriers and other challenges* – «дети с коммуникационными и другими трудностями», *people with hearing* – «люди со слуховыми аппаратами», *people with canes* – «люди с белой тростью» (эвфемизм, обозначающий слепых людей).

В данных выражениях можем заметить, что предлог *with*, который указывает на наличие или связь со специальными потребностями или медицинскими устройствами. В данных словосочетаниях, благодаря предлогу, особенности человека интегрируются в его описание, а сам человек оказывается в центре внимания. Таким образом, ограниченные возможности здоровья или инвалидность не являются определяющей особенностью, а лишь одной из характеристик человека, которая не маскируется, а учитывается.

Как говорилось ранее, люди с ограниченными возможностями также активно принимают участие в жизни общества, применяя индивидуальные подходы для достижения результатов. При необходимости указать наличие определенного заболевания у человека, необходимо использовать корректную лексику. Политкорректные термины в этой сфере не используют словосочетание *suffering from* для обозначения страданий от определенного заболевания и слова *illness* и *disease*, так как они слишком ярко указывают на особенность человека. Вместо этого, при упоминании диагноза используется слово *struggle*, что подразумевает борьбу с трудностями. Чаще всего можно встретить выражения, использующие словосочетание *struggling with*, которое описывает их борьбу с определенным заболеванием или состоянием [Воронцова, 2019, с. 442].

Выражения *struggling with depression* (борьба с депрессией), *struggling with anxiety* (борьба с тревогой), *struggling with chronic illness* (борьба с хроническим заболеванием) являются примерами использования глагола “*struggle*” с предлогом “*with*” для описания борьбы или трудностей, с которыми сталкиваются люди в связи с опреде-

ленными состояниями или заболеваниями. Глагол “*struggle*” передает активные усилия, необходимые для преодоления трудностей, подчеркивая сложность ситуации. Предлог *with* в этих выражениях указывает на характер заболевания, а не на определяющую человека. Эти фразы передают сложности, которые испытывают люди, сталкивающиеся с указанными проблемами, и указывают на их постоянные усилия в преодолении трудностей.

Из анализа лексики с лингвистической точки зрения можно сделать вывод, что в формировании терминологии, связанной с ограничениями и специальными потребностями, ключевую роль играют лингвистические конструкции, такие как префиксы, суффиксы, словосложения и предлоги. Эти элементы способствуют созданию точных и уважительных наименований для описания различных групп людей, учитывая их индивидуальные особенности и потребности. Очень важно использовать термины, которые не только точно передают суть ограничений, но также способствуют формированию инклюзивной и уважительной среды для всех людей, независимо от их специфических потребностей.

Политкорректность присутствует во многих сферах общества. Рассматривая разнообразные термины и выражения, применяемые к людям с ограниченными возможностями здоровья, важно осознавать происхождение этих терминов и понимать необходимость их использования. Часто люди не задумываются о том, как правильно обозначить особенности других и не осознают важности использования корректной лексики в отношении людей с ограниченными возможностями здоровья.

Явление политической корректности подчеркивает различия между людьми, но при этом не делает их непохожими друг на друга. Все люди уникальны и имеют лишь разные способы достижения целей и выполнения ежедневных задач. Политически корректная лексика помогает нам увидеть индивидуальность каждого, не фокусируясь на недостатках.

Список литературы

1. Воронцова, И. И. Современная политкорректная лексика в дискурсе ограниченных возможностей здоровья человека в текстах англоязычных СМИ и особенности ее перевода на русский язык / Новый фил. вестник. – 2019. – №4. – С. 438–448. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennaya-politkorrektnaya-leksika-v-diskurse-ogranichennyh-vozmozhnostey-zdorovya-cheloveka-v-tekstah-angloyazychnyh-smi-i> (дата обращения: 21.06.2024).
2. Ушаков, Д. Н. Большой толковый словарь русского языка: современная редакция. – М. : Дом Славянской книги, 2008. – 959 с.
3. Чернов, Г. В. Англо-русский лингвострановедческий словарь «Американа». – Полиграмма, 1996. – 1185 с.
4. Holder, R. W. How Not To Say What You Mean: A Dictionary of Euphemisms / R. W. Holder. – New York: Oxford University Press Ink., 2002. – 501 p.
5. Summers, D. Longman Dictionary of Contemporary English / D. Summers. – Longman, 2005. – 1949 p.
6. Lorraine, The Filmmaker On A Mission To Transform Attitudes Towards Disabled People (Interview with Ella Glending), 09.11.2023. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=q34Fj4VFOIQ> (дата обращения: 21.06.2024).

М. В. БАРАНЧУК, С. С. Т. ВАСКАДУВЕ
Южно-Уральский государственный университет
(Челябинск, Россия)

КОНЦЕПТ МОЛОДОСТЬ В РУССКОЙ И СИНГАЛЬСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

THE CONCEPT OF YOUTH IN RUSSIAN AND SINHALESE LINGUO-CULTURES

Аннотация

В статье рассматривается концепт «молодость» в русской и сингальской лингвокультурах. Анализируются особенности концепта «молодость», отраженные в сознании представителей двух лингвокультур. Являясь универсальным компонентом человеческой культуры, в языковом сознании представителей разных лингвокультур концепт может восприниматься по-разному. Для выявления общего и национально-специфического в восприятии концепта «молодость» в статье анализируются словарные дефиниции лексемы «молодой», встречающиеся в толковых словарях русского и сингальского языков, а также сравниваются ассоциации на стимул «молодой». Для русской лингвокультуры ассоциации были взяты из Славянского ассоциативного словаря, ассоциации представителей сингальской лингвокультуры были получены в ходе проведения свободного ассоциативного эксперимента. Восприятие концепта молодость в двух рассматриваемых лингвокультурах имеет как общие универсальные черты, так и национально-специфические.

Abstract

The article examines the expression of the concept of “youth” in Russian and Sinhalese linguo-cultures. The characteristics of the concept “youth” reflected in the consciousness of representatives of two linguo-cultures were analyzed. Being a universal component of human culture, in the linguistic consciousness of representatives of different linguistic cultures the concept can be perceived differently. In order to identify the general and national-specific aspects in the perception of the concept of “youth”, the article analyzes dictionary definitions of the lexeme “young” found in explanatory dictionaries of the Russian and Sinhalese languages, and also compares associations to the stimulus “young”. For the Russian linguo-culture, associations were taken from the Slavic Associative Dictionary; associations for representatives of the Sinhalese linguo-culture were obtained during a free association experiment. The perception of the concept of youth in the two linguo-cultures under consideration has both common universal features and nationally specific ones.

Ключевые слова: *концепт молодость, этнокультура, лингвокультура, Россия, Шри-Ланка, ассоциативный эксперимент, лакуна.*

Keywords: *the concept of youth, ethno-culture, linguo-culture, Russia, Sri Lanka, associative experiment, lacuna.*

Термин концепт широко используется в различных областях лингвистического знания. Данный термин понимается по-разному в рамках различных подходов. В рамках лингвистического подхода (С. А. Аскольдов, Д. С. Лихачев, В. Н. Телия) концепт – это «все то, что мы знаем об объекте во всей экстензии этого знания», это полное собрание знаний об объекте [Телия, 1986]. Ю. С. Степанов как представитель культурологического подхода понимает под концептом «микромодель культуры» и считает, что «это основная ячейка культуры в ментальном мире человека» [Степанов, 2001]. В рамках ког-

нитивного подхода «концепт – это оперативная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы мозга, всей картины мира, отраженной в человеческой психике» [Кубрякова, 1996].

Таким образом, концепт шире понятия или термина, он включает в себя все знания, представления, стереотипы о каком-либо объекте действительности или культуры, при этом эти знания отражают сложившуюся в сознании человека картину мира, его взгляд на вещи и оценку окружающей действительности. Общим для всех подходов является утверждение о неоспоримой связи языка и культуры, то есть язык содержит в себе средства вербального выражения всех представлений о том или ином объекте, которые содержатся в сознании человека как представителя определенной культуры.

Данная статья посвящена рассмотрению концепта «молодость» в русской и сингальской языковых картинах мира. Языковой картине мира присущи как универсальные, так и национально-специфические черты в восприятии окружающего человека мира. Цель данной статьи заключается в выявлении общего и национально-специфического в восприятии концепта «молодость» в языковом сознании представителей двух лингвокультур. Сингальская лингвокультура относится к языковой культуре народа, который проживает на Шри-Ланке и родным языком которого является сингальский, что составляет около 75% населения страны.

Материалом настоящего исследования послужили данные Славянского ассоциативного словаря [САС, 2004] (анализировался только русский язык) и результаты свободного ассоциативного эксперимента, проведенного в 2024 году в Шри-Ланке (испытуемые – представители обоих гендеров, возраст которых – от 17 до 25 лет). Нами было проанализировано 50 анкет, полученных от испытуемых на Шри-Ланке, после чего был проведен сопоставительный анализ ассоциаций, представленных в анкетах и в словарной статье САС на стимул **молодой**. Для сопоставления дефиниций лексемы «молодой» были использованы словарные статьи из двух русских толковых словарей и четырех толковых словарей сингальского языка.

Молодость является духовно-нравственной, морально-этической категорией каждой культуры. В российской психологии молодость определяется возрастными границами с 21 года до 33 лет [Баксанский, 2020]. Согласно буддийской литературе, за «молодость» можно принять возрастной период от 16 до 35 лет. Следует отметить, что сингальская культура во многом вдохновлена буддийской культурой, буддийские культурные взгляды принимаются как взгляды на сингальскую культуру [මහජනප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී]. Согласно ЮНЕСКО, молодость определяется так: «В статистических целях Организация Объединенных Наций определяет «молодежь» как людей в возрасте от 15 до 24 лет. Однако это определение не является универсальным. Поскольку опыт молодости может существенно различаться в разных странах и регионах мира, мы рассматриваем «молодость» как гибкую категорию. Таким образом, контекст всегда является важным ориентиром в определении молодежи ЮНЕСКО» [unesco]. Таким образом, при рассмотрении различных культур возрастной период от 15 до 35 лет можно обоснованно считать такой фазой, как «молодость».

В русском языке данный концепт выражается лексемами молодость, молодой, молоденький, молодежь, молодежный. Обратимся к толковым словарям русского языка для рассмотрения языковых единиц (лексем), репрезентирующих концепт молодость. Толковые словари дают следующие определения лексемы молодость. Согласно определению, представленному в Толковом слова С. И. Ожегова, молодость – это «возраст между отрочеством и зрелостью; период жизни в таком возрасте» [Ожегов, 2012].

Лексема «молодой» в толковом словаре С. И. Ожегова имеет 5 значений: «1. Не достигший зрелого возраста; еще не старый: молодое поколение.; 2. Недавно начавший

расти, существовать: молодое дерево / картофель.; 3. полн. ф. Недавнего приготовления (без достаточной крепости): молодой сыр.; 4. полн. ф. Свойственный, присущий молодости: молодой задор, молодая отвага.; 5. Человек, только что вступивший в брак.» [Ожегов, 2012].

В Толковом словаре В. И. Даля молодость представлена в словарной статье МЛАДОЙ (что связано с неполногласием, характерным для старославянского языка) – это «нестарый, юный; проживший немного века; невозрастный, невзрослый, незрелый» [Даль, 2009].

Так, в русском языке молодость трактуется как возрастной период. Молодой понимается как недавно начавший существовать и не достигший всех своих предполагаемых характеристик, которые в дальнейшем будут присутствовать. Качества, присущие молодости, которые встречаются в четвертом значении, – это задор и отвага.

Далее рассмотрим, как описывается лексема «молодой» (තරුණ) в сингальских толковых словарях. Для этого были использованы четыре словаря.

1. තරුණ – අ. ළමා සහ වැඩිහිටි වයස් සීමා අතර කාලයට අයත්; තරුණ වියහේ වූ. අ. බාල; ළපටි; ජරණ නොවූ; අලුත්; අභිනව (а. Период между детством и взрослостью; в молодом возрасте. б. Младший; молодой; не старый; новый; новейший.) [සංක්ෂිප්ත සිංහල ශබ්දකෝෂය, 2018, පි. 948].

2. තරුණ – 1. මහලු නොවූ; ලාබාල 2. ඵල නොගත් (1. Не старый; Младший 2. Несозревший (дерево)) [වැලිවිටියෝ, 1952, පි. 364].

3. තරුණ – 1. යොවුන්, නූරුණු. 2. ඵල හට නොගත්, නො මරේ. 3. විවාහ නොවූ, යොවුන් තැනත්තා, ඉළන්දාවියා (1. Молодость, юный. 2. Несозревший (дерево), незрелый. 3. (человек) до вступления в брак, молодой человек, юноша) [විජයනුංග, 2005, පි. 862].

4. තරුණ – 1. ළදරු 2. වයස්ගතනූවූ (1. Младенческий 2. Не старый) [ද සොයිසා, 1948, පි. 834].

Согласно всем русским и сингальским словарям, лексема «молодой» трактуется как возрастной период. Также в обоих языках, помимо молодых людей, к молодым относят и неодушевленные предметы (например, в русской лингвокультуре это может быть молодое дерево / картофель, молодой сыр; в сингальской – ඵල නොගත් (несозревшее (дерево))). Интересно понимание этой лексемы при характеристике человека по отношению к браку: в русской лингвокультуре «молодой» – это человек, который совсем недавно вступил в брак (на свадебном торжестве, к примеру, всегда есть «места молодых» вне зависимости от их возраста вступления в брак), тогда как для сингальской лингвокультуры это человек, еще не вступивший в брак. Помимо данного различия, в сингальском языке мы не встречаем трактование лексемы «молодой» как «недавно приготовленный», например, молодой сыр или молодое вино, где акцент на том, что предмет еще не обладает всеми качествами, которые должны быть и которые будут ему присущи в будущем. Кроме этого, обе лингвокультуры имеют схожее описание данной лексемы в толковых словарях.

Ассоциативный эксперимент – один из наиболее надежных способов, разработанных для изучения содержания языкового сознания. Ассоциативные поля, сформированные из вербальных реакций испытуемых на заданный стимул, указывают «на содержание, входящее в национальный ментальный образ конкретного культурного предмета» [Уфимцева, 2000]. Ассоциативные эксперименты широко используются в психолингвистике для изучения языковой картины мира, национальных стереотипов, то есть для изучения восприятия окружающего мира представителями различных культур.

В свободном ассоциативном эксперименте встречены следующие реакции в сингальской лингвокультуре (далее – СЛК) на стимул **молодой**: මහලු (старый) 5; වයස (лет) 4; ජීවිතය (жизнь), මැදි වය (средний возраст), යෞවනය (молодость) 3; ආදරය (любовь), නිදහස

(свобода) 2; අරුණ (Аруна), උගත් සහ බුද්ධිමත් (умный и мудрый), ඔව් (да), කළු කසේ (черные волосы), කළේල (девушка), කලාලයා (молодой человек), ජවය (энергия), ජවසම්පන්න (энергичный), ජීවිතය විඳීම (наслаждения жизнью), තරුණ තරුණියන් (молодые люди), තරුණ පුද්ගලයා (молодой человек), තරුණබව (молодость), නාඹර (молодой), නැ (нет), නිර්භීත බව (храбрость), මනස (ум), යභාවන මදය (гордость молодежи), ලිංගික ආසාව (сексуальное желание), විනෝදය (веселье), සනුට (счастье), ළමයා (ребенок), ළමයි (дети), car (машина) 1 (50+30+5+23).

В Славянском ассоциативном словаре на стимул **молодой** наиболее частотной является реакция *человек*. Можно предположить, что это связано с внутриязыковой лакуной, наблюдаемой в русском языке при обращении к незнакомому человеку. На сегодняшний день в русском языке отсутствуют слова, выражающие обращение к незнакомому человеку, тогда как в других языках такие обращения присутствуют (например, мистер и миссис в английском языке или мадам и месье во французском). Э. Г. Куликова отмечает, что «в современном русском литературном языке сформировались относящиеся к ограниченной возрастной категории обращения «молодой человек» и «девушка», а остальная часть социума осталась без стилистически нейтрального вокатива. В культурном сообществе невозможно обращаться к незнакомым людям по половому признаку (мужчина, женщина), приходится заполнять лакуну формами извинения» [Куликова, 2017]. Существующие в настоящее время наиболее частотные формы обращения – «молодой человек» и «девушка» – тоже являются подтверждениями положительной коннотации концепта «молодость» в русском языке.

Среди наиболее частотных реакций на стимул **молодой** в СЛК является оппозиция *මහලු (старый)*, который стоит на первом месте в СЛК. В тоже время такая реакция встречается и в русской лингвокультуре (далее – РЛК) и находится на втором месте.

Следующие по частотности реакции в РЛК – это реакции *парень* и *красивый*. Среди всех ассоциаций, представленных в словарной статье САС, выделим группу реакций, содержащих положительные и отрицательные характеристики, присущие молодости. Среди положительных встречаются следующие: *здоровый, сильный, веселый, счастливый, умный, энергичный, жизнерадостный, подающий надежды, приятный, радостный, симпатичный*. Реакции с отрицательной окраской: *глупый, неопытный, дурак, безрассудный, гад, глупец, злой, необученный, подлец, страдает ерундой* [САС, 2004]. В количественном отношении преобладают ассоциации с положительной коннотацией, среди отрицательных черт выделена глупость и безрассудность, которые связываются с неопытностью или необученностью молодого человека в отличие от зрелого.

Отметим, что в РЛК наблюдались положительные и отрицательные реакции, в то время как в СЛК получены только положительные реакции (*ආදරය (любовь), නිදහස (свобода), උගත් සහ බුද්ධිමත් (умный и мудрый), ජවය (энергия), ජවසම්පන්න (энергичный), ජීවිතය විඳීම (наслаждения жизнью), නිර්භීත බව (храбрость), විනෝදය (веселье), සනුට (счастье)*). Нет ни одной отрицательной реакции.

В обеих лингвокультурах молодой и молодость ассоциируется с энергией, весельем, свободой и любовью. Однако мы видим разницу в характеристике интеллектуальной стороны молодого возраста: в РЛК эта сторона характеризуется неопытностью, глупостью и безрассудством, тогда как в СЛК встречаются реакции *උගත් සහ බුද්ධිමත් (умный и мудрый)* и *මනස (ум)*.

Среди всех реакций, представленных в Славянском ассоциативном словаре, встречаются реакции *зеленый* и *зелень*, относящиеся к цветообозначениям, которые, в свою очередь, являются национально-специфическими. Можно предположить, что эта реакция связана с устойчивым сочетанием «молодо – зелено», что означает незрело и неопытно. Это иносказательное устойчивое сочетание заимствовано из пословиц: «молодо – зеле-

но, погулять велено»; «молодо – зелено; старо да гнило». Также в русском языке фраза «он совсем зеленый» обозначает человека в молодом возрасте, еще не имеющего опыта в чем-либо. В СЛК реакции, связанные с зеленым цветом, не наблюдаются. Поскольку деревья зеленые круглый год, можно предположить, что зеленый цвет не ассоциируется с молодостью в сознании сингалцев в отличие от сознания русских, которые связывают зеленый цвет с началом нового жизненного цикла после зимы, когда листья растений имеет яркий зеленый цвет, который меняется с наступлением осени на желтый или красный. Среди реакций с компонентом цвета в СЛК была встречена реакция කළු කොස් (черные волосы). Черные (то есть не седые) волосы являются символом молодости в языковой картине мира сингалцев.

В обеих лингвокультурах на стимул **молодой** мы можем увидеть реакции, связанные с людьми: в РЛК – человек, парень, я, мальчик, юноша, мужчина, студент, врач, друг, папа, солдат, дурак, отец, приятель, художник, автор, актер, бизнесмен, бойцы, брат, дедушка, композитор, красавец, любовник, муж, он, ребенок, реформатор, товарищ, умник, учитель, хирург, человек в костюме, тап 1; в СЛК – අරුණ (Аруна), කෙල්ල (девушка), කොල්ලා (молодой человек), තරුණ තරුණියන් (молодые люди), තරුණ පුද්ගලයා (молодой человек), ළමයා (ребенок), ළමයි (дети). В РЛК были обнаружены, а в СЛК нет реакции, связанные с животными – бык, олень, орел, осел, баран, жеребенок, кабан, кролик, лев, лист, листочек, пес, птица, кит, слон, теленок.

Общие для обеих лингвокультур реакции – старь, жизнь, молодость, любовь, молодой человек, энергичный, молодость, веселье, счастье, ребенок. Следовательно, молодой связан в сознании русских и ланкийцев с беззаботным счастливым временем, которое наполнено любовью и счастьем.

Таким образом, концепт «молодость» имеет положительную коннотацию в обеих лингвокультурах, что подтверждается большим количеством положительно окрашенных ассоциаций на стимул **молодой** в РЛК и исключительно положительными ассоциациями в СЛК. Дефиниции лексемы «молодой» в толковых словарях в ряду значений имеет схожее трактование, исключая диаметрально противоположное значение по отношению человека к браку.

Список литературы

1. Баксанский, О. Е. Психологические особенности развития личности в период молодости / О. Е. Баксанский, А. В. Скоробогатова // Образовательные технологии. – 2020. – №2. – С. 77–86.
2. Даль, В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: избр. ст.; совмещ. ред. изд. В. И. Даля и И. А. Бодуэна де Куртенэ; (науч. ред. Л. В. Беловинский). – М. : ОЛМА Медиа Групп, 2009. – 573 с.
3. Кубрякова, Е. С. Краткий словарь когнитивных терминов. – М: Изд-во МГУ, 1996. – 245 с.
4. Куликова, Э. Г. Социальная коммуникация и социальные отношения в контексте идей лингвистической экологии // Философия права. – 2017. – №1 (80). – С. 76–82.
5. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка: около 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений. – М. : ОНИКС-ЛИТ, Мир и образование, 2012. – 1376 с.
6. Славянский ассоциативный словарь: русский, белорусский, болгарский, украинский / Н. В. Уфимцева, Г. А. Черкасова, Ю. Н. Караулов, Е. Ф. Тарасов. М. : Институт языкознания РАН, 2004. 790 с.
7. Степанов, Ю. С. Константы. Словарь русской культуры / Ю. С. Степанов. 2-е изд., испр. и доп. – М. : Академический Проект, 2001. – 990 с.

8. Телия, В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / В. Н. Телия. – М. : Наука, 1986. – 173 с.
9. Уфимцева, Н. В. Этнический характер, образ себя и языковое сознание русских // Языковое сознание: формирование и функционирование: сб. статей / отв. ред. Н. В. Уфимцева. – М. : РАН ИЯ. 2-е изд, 2000. – С. 135–170.
10. Unesco – URL: <https://www.unesco.org/en/youth> (дата обращения: 29.07.2024).
11. ද සොයිසා, ඒ. ජී. ධර්ම සමය සිංහල ශබ්දකෝෂය / ඒ. ජී. ද සොයිසා. – කොළඹ : ධර්ම සමය යන්ත්‍රාලය, 1948. – පිටු 2020. (Дэ Зойса, А. П. Дарма Самая сингальский словарь. – Коломбо : Дарма Самая, 1948. 2020 с.).
12. මකුරුප්පේ ධම්මානන්ද තරෙ, තරුණ විය. අභිමානය, අභියෝග හා අභිවාධිය / මකුරුප්පේ ධම්මානන්ද තරෙ (Макуруппе Дхаммананда Тхеро / Молодость, гордость, проблемы и рост). – URL: https://hu.kln.ac.lk/depts/pali/images/staffacademicarticles/Prof.ven.MW/Buddhist_View_on_Young_Age.pdf (дата обращения: 28.07.2024).
13. වැලිච්චියෝ, සෝරත තෝර. ශ්‍රී සුමංගල ශබ්දකෝෂය (ජ්‍රූප්මහාගය) / වැලිච්චියෝ සෝරත තෝර. – කොළඹ : ගෞඩගෝ, 1952. – පිටු 1239. (Валивитие Сорато Тхеро. Шри Сумангала словарь. – Коломбо : Годяге, 1952. 1239 с.).
14. විජයනුංග, හරිශ්චන්ද්‍ර. ග්‍රහසන්න මහා සිංහල ශබ්දකෝෂය / හරිශ්චන්ද්‍ර විජයනුංග. – කොළඹ : ග්‍රහසන්න සමාගම, 2005. (Виджаятунга, Харищчандра. Сингальский словарь Гунасена. – Коломбо : Гунасена, 2005.).

Т. Б. БЕКДЖАЕВ

Туркменский государственный университет им. Махтумкули
(Ашхабад, Туркменистан)

СЛОВА БЛАГОДАРНОСТИ И ПОЖЕЛАНИЯ В ТУРКМЕНСКОМ ЯЗЫКЕ

GRADITUTES AND PRAYERS IN TURKMEN LANGUAGE

Аннотация

В статье говорится о словах благодарности и пожеланиях, используемых в туркменском языке. Слова благодарности и пожелания, выражающие сердечные желания и добрые намерения туркменского народа, широко использовались в туркменских письменных источниках, а также в произведениях народного творчества.

Слова благодарности и пожелания относятся к выражениям, которые активно используются сегодня, начиная с эпоса “Горкут-ата” и “Гёроглы”. Хотя некоторые из них в разное время вышли из употребления из-за общественного влияния, большинство из них сохранилось до наших дней. Они развиваются в соответствии с духом времени и расширяют сферу своего использования. В результате соблюдения народом обычаев и традиций на протяжении веков возникли словосочетания и фразеологизмы, выражающие благодарности и пожелания, связанные с ними.

Слова благодарности и пожелания на туркменском языке не всегда были такими, как сегодня. На протяжении длительного периода времени в результате различных воздействий происходят изменения в лексическом составе языка, в структуре и форме слов благодарности и пожеланий. Такие явления, как устаревание слов и переход их в архаизмы, вхождение в язык новых слов и образование неологизмов, расширение и сужение значений слов, происходящие в лексиконе любого языка, происходили также и в словах благодарности и пожеланиях.

Abstract

The article talks about the words of gratitude and prayers used in the Turkmen language. The words of applause expressing the heart's desire and good intentions of the Turkmen people were widely used in the written sources of the Turkmen language, as well as in the folklores. These words belong to the expressions that are actively used today, starting from the legends «Gorkut ata» and «Gorogly». Although some of these words fell out of use at different times due to social influence, the majority of them have survived to this day. They develop in accordance with the spirit of the times and increase their scope of use. As a result of the observance of customs and traditions among the people for centuries, phrases and phraseology have emerged that express gratitudes and prayers related to them.

Gratitudes and prayers used in the Turkmen language have not always been as they are today. Over a long period of time and as a result of various influences, there were changes in the vocabulary of the language, changes in the composition and form of gratitudes and prayers. In the vocabulary of any language, words become obsolete and become archaisms, new words enter the language and form neologisms, the expansion and narrowing of the meaning of words has also happened in gratitudes and prayers in the language.

Ключевые слова: *туркменский язык, слова благодарности, пожелания, свадьба (праздник), обычаи – традиции, воспитание.*

Keywords: *Turkmen language, gratitudes, prayers, wedding, tradition, upbringing.*

Туркменский язык очень богат словами благодарности и пожеланиями, фразами, выражающими добрые намерения. Мудрые поэты нашей классической литературы, начиная с Довелетмаммеда Азади, Махтумкули Фраги, Нурмухаммеда Андалиба, и многие современные поэты создали стихи в форме благодарностей и пожеланий.

В этих стихах людям желали материальных и духовных благ. В своих стихах поэты поднимали различные проблемы во многих сферах жизни, в том числе любви, верности, быта, защиты Родины, долга ребенка перед родителями и выражали связанные с ними слова благодарности и пожелания.

Выражения благодарности и пожелания, используемые в туркменском языке, имеют не только форму фраз или предложений, но и состоят из созвучных строк, напоминающих по форме стихотворение. Гармоничные слова благодарности и пожелания в стихотворной форме в основном используются при женитьбе сына, то есть на свадьбах, других праздничных торжествах, а также в различных национальных мероприятиях. Поскольку они написаны в форме стихотворений, их можно отнести к поэтическому жанру туркменского фольклора. Например, слова пожелания, связанные с женитьбой сына, включает в себя такие строки:

«Toý tutupsyň, Gutly bol-a! Şanly bol-a! Gutly-mübärek bol-a! Toýuň toýa ulaşsyn! Eliň ýaga bulaşsyn! Gelinler pişme seçsin! Oglanlar alyp gaçsyn! Toýuň toýa utgaşsyn! Şahyr-bagşy gatnaşsyn! Mydam toýba-toý bolsun! Üstiňde ak öý bolsun!».

«Свадьбу справляете! Поздравляю со свадьбой! Да будет праздник торжественным! Поздравляем! Пусть одна свадьба следует за другой свадьбой! Пусть руки будут в масле! Пусть невесты раздают пиşме (сладости)! Пусть юноши собирают их! Пусть один праздник следует за другим! Пусть участвуют поэты-бахши! Пусть всегда будет свадьба! Пусть над вами будет белая юрта!».

В этих поздравительных строках вначале идут слова «да будет», «пусть», затем слова «следует, будут, раздают, собирают, участвуют», потом слова «пусть будет свадьба, пусть будет белая юрта», которые формируют гармонию.

Когда женится юноша и выходит замуж девушка, пожелания на свадьбе несколько отличаются от пожеланий на других торжествах.

Это связано с тем, что желания, связанные с семейными отношениями, имеют более широкий смысл, чем другие пожелания.

Пожелание «Пусть вступившая нога будет удачливой!» (*Aýagy düşümlü bolsun!*) употребляется, когда берут невесту, в некоторых других случаях говорится в такой форме: «Принеси счастье тому месту, куда направляешься, пусть жизнь (замужняя) будет удачной, благодатной!». В туркменском языке есть синонимичная ему форма “*Aýagy düşsün*”.

В туркменском народе есть пословица: «Пусть посох пастуха и нога невесты будут удачными». Таким образом, в сознании и языке людей издревле укоренилось убеждение, что новый человек в семье или человек, приступивший к работе на новом месте, может принести счастье и несчастье. Если после приезда невесты начинается и продолжается хорошее, такое как добро, благополучие, удача, достаток, это значит, что новый человек удачно вступил в дом, и понятно, что он принесет в семью счастье. Если наоборот, то считается, что он не принес удачи [Гуджиков, 1997, с. 9]. Эта пословица превратилась в пожелание в виде «Пусть посох пастуха и нога невесты будут удачными».

Слова благодарности и пожелания на больших торжествах, на праздниках, на вечеринках, празднествах, посвященных каким-то событиям, могут отличаться от тех, которые использовались ранее. Потому что эти слова – пожелания создаются согласно ситуации, согласно событию. Человек, произносящий слова благодарности и пожелания, создает их в соответствии со своим интеллектуальным уровнем, видением, опытом и настроением. Со временем некоторые из них становятся употребляемым выражением.

Слова благодарности и пожелания продолжают появляться изо дня в день, почти каждое слово в языке народа подходит для пожеланий, служит для выражения доброжелательности. Однако, как сказано в замечательной туркменской пословице «Вода течет, камни остаются», языковая сокровищница народа принимает мудрые, здравые благодарности и пожелания, просеивает их, обтачивает и передает из поколения в поколение. Как говорится в народе, только те выражения, которые не устаревают веками и всегда удивляют своей новизной, находят свое место в языке.

Благодарности и пожелания в туркменском языке, сохраняя в своем составе редко используемые слова, продлевают их жизнь. Слова благодарности и пожелания в нашем языке можно разделить на несколько групп в зависимости от их употребления.

Слова благодарности и пожелания общего значения. Они выражают чувства благодарности, поддержки, содействия за любую проделанную работу. Примером таких слов благодарности и пожеланий могут служить: пусть ваш достаток растет, пусть ваша жизнь будет долгой, пусть ваши руки и глаза не знают страданий (в благодарность за помощь), *пусть Бог благословит вас, пусть ваш достаток не иссякнет, пусть Бог даст вам здоровья* и т. д.

Подобные общие пожелания используются в туркменском языке во многих ситуациях. Они призывают людей быть хорошими в соответствии с наставлениями, созданными нашими предками, такими как «С благодарностью рождается муж, с дождём – земля», «Не бери золото, а получай благодарность», «Благодарность дороже золота».

Благодарности и пожелания, выражаемые с определенным действием, событием или явлением. Такие благодарности и пожелания направлены на конкретное событие, ситуацию. В других обстоятельствах они обычно не используются. Они могут сопровождаться такими словами, как да будет дано вам, благословение источнику, добро пожаловать, радости (*светлой*) вам, да будет благословен, поздравляем.

Да будет дано! (*Berildigi bolsun*) – это пожелание говорится родственникам младенца, желая новорождённому долгих лет жизни.

Благословение источнику! (*Çeşmesine bereket*) – это пожелание говорится после употребления напитков, например, чала, молока. Чтобы эти напитки всегда были, чтобы они были благословлены.

Литературовед А. Мередов объясняет значение слова «Благословение» так: Благословение – 1. Яства, изобилие, обогащение. 2. Слава, счастье, мир, спокойствие [Мередов, 1997, с. 121]. В вышеизложенных пожеланиях использовано первое значение слова “благословение”.

Добро пожаловать! (*Hoş geldiňiz*) – это выражение говорят, обращаясь к гостю или человеку, который долго отсутствовал и вернулся, и оно часто встречается в народном творчестве туркменского народа.

Радости (светлой) вам! (*Gözüňiz aýdyň*) – это слова произносятся, когда получаешь какие-то хорошие новости или минуешь какое-то бедствие. Слову “яркий, светлый” (*aýdyň*) в составе пожелания «Словарь туркменского языка» даёт следующее объяснение: 1. Светлый, ясный, открытый. 2. Верный, четкий, уверенный, настоящий. 3. Известный, очевидный, заметный [Туркмен, 1962, с. 29]. Слово “светлый” в пожелании «Радости (светлой) вам!» употребляется в первом значении.

Да будет благословен! (*Nesip etsin*) – говорится владельцу любой новой вещи, когда он что-то покупает, приобретает и т. д. Также можно встретить, что говорящий при этом пожелании обращается к себе в форме высказывания: «Да будет и нам благословения!».

Значения слова “благословен” поясняются в «Толковом словаре Махтумкули» следующим образом: 1. Доля, часть, доля каждого, частица, участь. 2. То, что предопределено Аллахом: рок - судьба, счастье. 3. Удаться, быть благословен, довестись [Мередов, 1997, с. 585].

Поздравляю! (*Gutly bolsun!*) – это приветствие, употребляемое при достижении чего-либо, при получении почетного звания или должности, при покупке новой вещи, во время торжеств. Хотя и в современном туркменском языке слово “гутлы” в составе этого пожелания неразделимо, но слово «гут – поздравь» можно встретить в письменных памятниках туркменского языка. Оно означает благоприятный, благословенный, счастливый.

Слова, выражающие благодарности и пожелания в туркменском языке – ценное языковое наследие нашего народа. Они имеют неопределимое значение в воспитании молодежи в национальном духе, передаче наших замечательных традиций, берущих начало с древнейших времен и передающихся из поколения в поколение. Слова благодарности и пожелания являются главными особенностями национальной самобытности туркменского народа, и они являются источником достоинства, такта и одной из духовных опор человека.

В словах благодарности и пожеланиях, выражениях желаний часто встречается религиозная окраска. Для этого есть определенные причины. До того, как человечество было вооружено наукой, во времена, когда многие тайны загадочного мира еще не были раскрыты, а люди не могли устоять перед силами природы, более сильными и независимыми, чем люди, он противопоставил ей свою мудрость, сражался и был вынужден признать, что в определенных ситуациях он от природы слаб [Гелин, 2005, с. 390].

Среди слов благодарности и пожеланий наиболее распространены те, которые связаны со свадебными традициями. У туркменского народа свадьбы связаны не только с женитьбой сына и выданьем девушки замуж, но и такими праздниками, как первый зуб, стрижка первого волоса, обрезание, свадьба сыновей. Разнообразие слов благодарности и пожеланий, произнесенных в каждом из них, является свидетельством богатого словарного запаса туркменского языка.

Основательное изучение выражений и слов благодарности и пожеланий нашего языка поможет раскрыть психологию народа, связанные с языком национальные особен-

ности, отличающие его от других народов. Собранные материалы будут способствовать возникновению лингвокультурологии – новой ветви туркменского языкознания.

Список литературы

1. Гелин-гызларың шахырана дөреджилиги. – Ашгабат: Ылым, 2005. – 400 с.
2. Гүжүков, С. Алкышлар-дилеглер сөзлүги. – Ашгабат: Ылхам, 1997. – 112 с.
3. Мередов, А. Магтымгулының дүшүндиришли сөзлүги. – Гонбед Кабус: Ашык Данеш, 1997. – 1273 с.
4. Түркмен дилиниң сөзлүги. – Ашгабат: Ылым, 1962. – 862 с.

Е. Д. БЕЛИЧЕНКО

Елецкий государственный университет им. И. А. Бунина
(Елец, Россия)

ОСОБЕННОСТИ СЕМАНТИКИ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЗАИМСТВОВАНИЙ В СЛЕНГЕ ГЕЙМЕРОВ

FEATURES OF THE SEMANTICS AND FUNCTIONING OF BORROWINGS IN THE SLANG OF GAMERS

Аннотация

В статье делается попытка семантической, функциональной и прагматической характеристики заимствованных слов, которые в русском языке входят в активный контент сленга геймеров – компьютерных игроков. Подобный анализ семантики наиболее частотных сленгизмов (бафф, ульта, имба, нуб, читер, донат, ачивка) предлагается классификация сленгизмов по принципам их формирования: прямое заимствование; метафоризация на основе функционального переноса, искажение слов родного языка (с последующим переходом в универсальную межкультурную среду геймеров), использование разговорно-просторечных слов родного в качестве легализованных компонентов сленга. Отдельным аспектом исследования является попытка соотношения принципов формирования жаргонизмов в английском языке и, как следствие, их переход в русскоязычную среду геймеров. Актуальность проведенного исследования определяется также влиянием языка геймеров на общий жаргон молодежи.

Abstract

The article attempts to semantically, functionally and pragmatically characterize loanwords that are included in the active content of the slang of gamers – computer players in the Russian language. A similar analysis of the semantics of the most frequent slangisms (buff, ulta, imba, noob, cheater, donate, achivka) suggests a classification of slangisms according to the principles of their formation: direct borrowing; metaphorization based on functional transfer, distortion of words of the native language (with subsequent transition to the universal intercultural environment of gamers), the use of colloquial vernacular words of the native language in as legalized components of slang. A separate aspect of the study is an attempt to correlate the principles of jargon formation in the English language and, as a result, their transition to the Russian-speaking environment of gamers. The relevance of the study is also determined by the influence of the language of gamers on the general jargon of young people.

Ключевые слова: сленгизмы, геймерский жаргон, английские заимствования, семантика, компьютерные игры, геймеры.

Keywords: *slangisms, gaming jargon, English loanwords, semantics, computer games, gamers.*

Известно, что на процесс развития одного языка определенное влияние оказывают и другие языки. Ещё с давних времён языки постоянно взаимодействуют друг с другом. На сегодняшний день в русском языке активно используются заимствования из английского, причиной этого стала глобализация, в том числе и медиакоммуникация. Английский язык в настоящее время является средством межгосударственного общения, потому его международный статус бесспорен, огромное количество людей в разных странах владеют им. Английский язык включен в мировые языки, поэтому распространен по всему свету.

Западная культура популярна во всем мире. Англицизмы не только имеют количественное преимущество над другими заимствованиями в русском языке, но и оказывают определенное влияние на русскую культуру. Исследователи отмечают, что сленг помогает разнообразить обыденную жизнь, выразить эмоции, чувства, передает попытку подчеркнуть индивидуальность. Большое количество англицизмов, том числе в сленге, в ряде случаев помогает избежать коммуникативных барьеров [Борщ, 2021, с. 22; Горбунова, 2010 с. 57; Жукова, 2022 с. 13; Кузьмичев, 2016, с. 99]. Сегодня существуют и методические концепции, развивающие идеи о возможностях использования англицизмов, в том числе жаргонного типа, для изучения иностранных языков, для стимулирования познавательных интересов [Кувшинова, 2023, с. 166].

Однако далеко не все заимствованные слова оказывают положительное влияние на язык. Чрезмерное употребление различных сленгизмов засоряет нашу речь, нарушает гармонию коммуникации, что наиболее показательно в общении представителей разных поколений. Иногда бывает трудно понять речь подростков пенсионерам, которые не включены в широкий круг современной западной культуры [Волкова, 2010, с. 56].

Наиболее активно англицизмы влияют на речь молодежи: развитие компьютерных технологий и компьютерных игр, распространение музыки, моды в молодёжных кругах – основные причины данного масштабного процесса. Можно констатировать, что заимствования становятся основой сленга, что особенно ярко проявляется в сфере IT. В современном мире, в том числе и в России, англицизмы активно используются в видеоиграх, так как виртуальная реальность сегодня играет огромную роль в формировании языковой личности подростков, поэтому игровая сфера является одним из главных элементов виртуального общения подростков. Эта сфера и формирует социальную группу геймеров [Горбунова, 2010. с. 91; Семькина, 2017, с. 189].

Язык геймеров, подобно любому сленгу, имеет тенденцию к активному развитию и быстрому устареванию в соответствии со спецификой распространенных / популярных игр. Практическое исследование языковой среды геймеров позволило выявить часто употребляемые сленгизмы среди подростков и молодёжи. Наиболее распространенными в языке современных геймеров словами, по результатам проведенного нами социологического опроса, являются следующие:

1) бафф – от англ. buff – 1) предмет одежды из ткани, который можно носить как шарф, маску на лицо, бандану и спортивную шапку; 2) маникюрный инструмент в виде небольшого бруска (прямой перевод англоязычных слов берется из электронных словарей, представленных в сети Интернет, так как именно данный формат толкования слов является сегодня основным в коммуникации геймеров разных стран). В геймерской языковой среде слово «бафф» указывает на усиление игрока, обозначает понятие временного приобретения каких-либо возможностей игроком, как правило, под действием

специальной функции, заключенной в условиях игры (заклинания, например, и т. п.). Как видим, формирование значения в жаргоне геймеров формируется на основе функционального сходства понятий: одежды защищает человека от внешней среды, дает некие возможности, так же, как и усиление персонажа защищает от какой-либо опасности;

2) ульта – данный геймерский профессионализм с точки зрения научной лексикологической квалификации можно охарактеризовать как варваризм, т. е. адаптированное фонетически и графически (приобрел возможность записываться кириллицей), но сохранившее полностью свое англоязычное значение слово. В жаргоне же англоязычных игроков «ulta» – это слово, образованное сложением от выражения «ultimate ability» – «предельная способность», «максимальная способность», «ультимативное умение» (т. е. некая способность, позволяющая предъявлять ультиматум оппоненту). В рамках геймерского сленга данное слово приобрело несколько значений:

- ульта – это скилл (от англ. «skill» – «умение», что-либо делать). А также, уровень умения игрового персонажа или уровень мастерства самого геймера;
- ульта – самая сильная способность персонажа атаковать противника разными способами / оружием в любой компьютерной игре.

Данное слово оказывается настолько востребованным в языке геймеров, что становится способным к словообразованию:

- ультануть – приобрести самую мощную способность героя в играх жанра ММОРПГ (поджанр компьютерных игр, в котором онлайн-игра совмещается с жанром ролевых игр);
- ультануть – применить в отношении противника свою самую мощную атаку;
- ультовать – применить четвёртый уровень умения своего перса.

Значение русскоязычного геймерского профессионализма в данном случае также формируется на основе функционального сходства с прямым значением англоязычного словосочетания.

3) имба – от англ. Imbalanced – «несбалансированный». Прямое значение слова – нарушение баланса в чём-либо. В геймерском жаргоне – это несбалансированный персонаж, предмет или иной элемент геймплея, противостоять которому крайне сложно именно из-за изначального неравенства сил. Обычно среди игроков считается зазорным использовать имбу, ведь это разрушает всю игру. Новое значение данного слова на основе расширения первичного приобретает несколько иной оттенок, изменяется формат восприятия свойства (было свойство объекта как нарушение баланса, стало указывать на соотношение объекта с внешними условиями). Игрок из-за огромной силы разрушает баланс «Вселенной» игры, из-за чего его трудно победить, у противника пропадает желание победить, и сама игра может потерять свой изначальный смысл;

4) донат – восходит к лат. donatus – «подаренный», «отданный» – ценный дар или денежное пожертвование на какие-либо цели, в поддержку кого-либо, чего-либо. Сленгизм имеет прямое значение, однако в литературной форме английского языка не используется. Это позволило ему перейти в жаргон без какого-либо внешнего или семантического искажения;

5) нуб – от англ. noob, которое в свою очередь произошло от другого английского слова newbie – «новичок». Это начинающий игрок, который только знакомится с правилами игры. В геймерской среде слово «нуб» имеет ярко выраженный негативный подтекст. «Быть нубом» – это непродуктивно как для самого игрока, так и для его команды в целом. Здесь наблюдается искажение английского слова, которое закрепляется в жаргоне как новое, и в русском языке оно имеет такое же значение;

6) читер – от англ. cheater – «жулик»; игрок, нарушающий правила, используя запрещённое программное обеспечение или чит-коды (читы), которые дают ему преимущество перед другими игроками. Читерство – это любое получение превосходства над

остальными путем мошеннических программ или совершения других мошеннических действий. Само слово в английском языке имеет разговорное значение, поэтому оно уже перешло в русский язык как жаргонное;

7) ачивка – от английского «achievement» – «достижение»; это понятие из геймерской среды, обозначающее достижение, полученное в ходе выполнения определённого задания. В большинстве случаев за выполнение задания игрока награждают игровыми баллами, которые либо формируют рейтинг игрока, либо используются в качестве игровой валюты. Способ получения ачивки зависит от конкретной игры. В этом случае слово имеет прямое значение, в русском языке искажается форма слова.

Анализ семантики и функционирования ряда слов позволяет выявить следующие способы формирования жаргонизмов в геймерской среде:

- 1) прямое заимствование (донат);
- 2) метафоризация слова – чаще всего на основе функционального сходства (бафф, ульта, имба);
- 3) искажение слова в родном языке (в английском) и последующее распространение данного искажения в международной коммуникативной среде (нуб);
- 4) использование разговорно-просторечного слова в качестве легальной лексемы для родного языка и последующий переход в общегеймерский сленг (читер).

Степень внедрения в русский язык молодежи (в частности – в язык геймеров) английских заимствований может настораживать [Волкова, 2010, с. 58]. В то же время анализ семантики и прагматики геймерских сленгизмов позволяет заметить, что их формирование в рамках английского языка и переход в русскую коммуникативную среду полностью соотносится с основными принципами развития жаргона как формы языка, т. е. не является каким-либо уникальным явлением, а, значит, может быть оценено как естественная форма межкультурной коммуникации, обусловленная экстралингвистическими условиями.

Список литературы

1. Борщ, И. В. Влияние английских неологизмов на формирование русскоязычного сегмента сети Интернет / И. В. Борщ, С. В. Фалько // Лингвистические исследования и их использование в практике преподавания русского и иностранных языков: Материалы IV Междунар. научно-метод. конф. – Донецк : ДонНТУ, 2021. – С. 21–26.
2. Волкова, В. Б. Проблема сохранения русского языка в условиях глобализации как задача современной эколингвистики // Традиционные национально-культурные и духовные ценности как фундамент инновационного развития России. – 2010. – №1(3). – С. 56–60.
3. Горбунова, И. В. Функциональные особенности англицизмов в русском интернет-дискурсе // Вестник Иркутского гос. лингв. ун-та. – 2010. – №3. – С. 89–95.
4. Жукова, И. С. Англицизмы в современном русском языке: причины и тенденции заимствования // Русистика без границ. – 2022. – Т. 6, №3. – С. 13–17.
5. Кувшинова, Е. А. Обучающий потенциал сленга геймеров // Иностранный язык и межкультурная коммуникация: Материалы XVII Междунар. студенческой научно-практической конф. – Томск : Томский гос. пед. ун-т, 2023. – С. 165–170.
6. Кузьмичев, И. С. Обогащение молодёжного жаргона путём новых лексических заимствований // Перспективы науки – 2016: материалы III Междунар. заочного конкурса научно-исследовательских работ. Т. 1. – Казань: ООО Рокета Союз, 2016. – С. 97–102.
7. Семькина, И. П. Специфика формирования и бытования жаргона геймеров как компонента языковой личности подростка // Духовность и ментальность: экология языка

и культуры на рубеже XX-XXI веков: сборник статей по материалам Междунар. научно-практической конф. – Липецк: Липецкий гос. пед. ун-т имени П. П. Семенова-Тян-Шанского, 2017. – С. 189–191.

Т. В. БОРИСЕНКО

Челябинский государственный университет
(Челябинск, Россия)

КОНЦЕПТ РЕБЁНОК КАК ЭЛЕМЕНТ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ КАТЕГОРИИ СЕМЬЯ

CONCEPT CHILD AS AN ELEMENT OF THE CONCEPTUAL CATEGORY FAMILY

Аннотация

В статье проведён анализ русского концепта РЕБЁНОК на материале Русского ассоциативного словаря под редакцией Ю. Н. Караулова. Выделено 25 признаков, среди которых: имеющий небольшой возраст, имеющий родителей, не имеющий опыта, принадлежащий к чему-либо, имеющий хорошее поведение, имеющий плохое поведение, являющийся источником шума, доставляющий радость, доставляющий горе, нуждающийся в заботе и другие. Автор обосновывает включение концепта РЕБЁНОК в концептуальную категорию, образованную категориальным концептом СЕМЬЯ. Под концептуальной категорией понимается укрупнённое ментальное образование, представляющее собой объединение концептов на основе сходства, общности и взаимобратности их признаков. Сравнение признаков концептов СЕМЬЯ и РЕБЁНОК показало наличие одного схожего (имеющий близкого родственника) и одного общего признака (принадлежащий к чему-либо/кому-либо – принадлежащий к какой-либо группе), кроме того выделено 5 взаимобратных признаков.

Abstract

The Russian concept CHILD is analysed in the article. Material for the analysis is taken from the Russian associative dictionary edited by Yu.N. Karaulov. 25 features of the concept are outlined: small age, has parents, has no experience, belongs to something, misbehaves, behaves well, is a source of noise, brings joy, brings grieve, needs care, etc. The author presents arguments for the concept inclusion into the conceptual category formed by the categorical concept FAMILY. Conceptual category is an aggregative mental unit that represents a union of concepts on the basis of similar, common and reciprocal concepts. Comparison of the concepts FAMILY AND CHILD shows the presence of one common and on similar feature as well as 5 reciprocal features.

Ключевые слова: концепт, категориальный концепт, концептуальная категория, семья, ребёнок, дети.

Keywords: concept, categorical concept, conceptual category, family, child, kids.

Введение

Дети занимают важное место в жизни семьи. Согласно нашим предыдущим исследованиям, русский категориальный концепт СЕМЬЯ содержит среди прочих такие признаки, как имеющие потомство, радость от наличия детей/потомства и необходимость

заботы о детях/потомстве. Данные признаки позволяют предположить, что концепт РЕБЁНОК является элементом концептуальной категории, образованной соответствующим категориальным концептом. Таким образом, целью данной работы является обоснование включения концепта РЕБЁНОК в концептуальную категорию СЕМЬЯ. В исследовании использованы лексикографический и лингвокультурологический методы анализа.

Концептуальная категория и категориальный концепт

Вслед за М. В. Малинович мы понимаем концепт как «ментальное образование с актуальными признаками, внутренней формой, общенациональными, индивидуальными и другими составляющими – образной, оценочной и ценностной значимостью» [Малинович, 2011, с. 19]. Концепты представляют собой достаточно обширные мыслительные образы, включающие в себя различные глубинные и поверхностные слои кодирования смыслов, обобщённые образы, логические понятия [Попова, Стернин, 2002, с. 63]. Считаем, что концепты организуются в более сложные ментальные структуры – концептуальные категории. Категориальный концепт – единица, объединяющая субкатегориальные концепты в единую концептуальную структуру.

Важным связующим компонентом в такой категории являются признаки концептов. Предполагаем, что наличие общих, схожих или взаимообратных признаков у категориальных и субкатегориальных концептов даёт основание для объединения их в одну категорию. Такой подход ведёт к необходимости проведения концептуального, дискурсного, лексикографического и других видов анализа для выявления признаков категориального концепта и дальнейшего соотношения их с признаками других концептов.

Концепт РЕБЁНОК

Концепт РЕБЁНОК актуализируется в первую очередь посредством лексем *ребёнок* и *дети*. Согласно толковому словарю, лексема *ребёнок* имеет значение «маленький мальчик или маленькая девочка» [Кузнецов, 2000, с. 1108]. Дети – «мальчики и (или) девочки до 14-16 лет», «сыновья или дочери (независимо от возраста)», «о наивных неопытных людях», «о людях, являющихся характерными представителями какой-либо среды, эпохи и т. п., тесно связанных с кем-либо, чем-либо» [там же, с. 255]. Таким образом, выделяются такие признаки как имеющий небольшой возраст, имеющий родителей, не имеющий опыта, принадлежащий к чему-либо.

В русском ассоциативном словаре предложено 511 реакций на стимул *ребёнок* [Карaulов]. Из них 221 различная реакция и 149 единичных. Далее в скобках указана частота реакций, после единичных реакций подобного указания нет.

Первые два ассоциата на стимул *ребёнок* – *маленький* (79) и *мой* (17). Они указывают на наличие признаков принадлежащий к кому-либо, имеющий небольшой возраст (или размер).

Мы распределили ассоциаты по тематическим группам. Наиболее распространённая группа – *возраст*. Она включает 120 реакции (*маленький* (79), *взрослый* (10), *мальш* (9), *малый* (4), *младенец* (4), *грудной* (3), *10 лет*, *2-летний*, *двухмесячный*, *до года*, *из детского сада*, *карапуз*, *новорождённый*), *подрос*, *трехмесячный*, *мал*, *очень маленький*, *старик*, *старообразный*, *школьник*). В основном присутствуют реакции со значением «маленький возраст» – 108 реакций, что говорит о наличии признака имеющий небольшой возраст. Рост ребёнка также важен. В группе ассоциатов о внешности выделено 13 реакций (*красивый* (4), *красив*, *розовый*, *сильный*, *толстый*) из них 7 реакции со значением роста (*мал ростом*, *подрос*, *растёт*, *рост*, *большой* (2)). Ассоциаты, указывающие на рост, большой возраст, уточняющие возраст ребёнка актуализируют признак растущий/развивающийся.

Достаточно важным в сознании носителей русского языка является такой аспект, как умственные способности ребёнка. Он может быть *глупый* (4), *умный* (4), *гений* (2), *вун-*

деркинд, глуп, дурачок, дурёнок, кретин, неглупый. Всего 16 реакций. Положительные и отрицательные ассоциаты распределились в данной группе ровно пополам. В связи с этим возможно выделить признаки обладающий низкими интеллектуальными способностями и обладающий интеллектуальными способностями на уровне выше среднего. В материалах анализируемого ассоциативного словаря предоставлено недостаточно данных, которые позволили бы утверждать приоритет одного признака над другим. Для этого требуется проведение дополнительных исследований.

Очень важным в русской культуре является признак принадлежащий к кому-либо. Обнаружено 36 реакций, характеризующих отнесение ребёнка к какому-нибудь человеку (мой (17), чужой (6), наш (3), твой (2), брата, матери, мое, родной, свой, сестры Керри, соседский) и одна реакция, описывающая принадлежность ребёнка к детскому саду (из детского сада).

Присутствует группа ассоциатов, указывающая на поведение ребёнка. Описывается хорошее (послушный (3), добрый (2), хороший (2), непосредственный, робкий, тихий) и плохое (капризный (7), вредный (2), непослушный (2), озорной (2), баловник, бестолковый, дикий, каприз, лжет, непоседа, непослушен, раздора, шалун (2)) поведение. Итого 10 и 23 реакции соответственно). Помимо плохого поведения, отмечается проявление негативных эмоций (плачет (13), капризный (7), плач (3), плаксивый, слёзы, сопли). Всего 26 реакций. 16 ассоциатов указывают на проявление ребёнком положительных эмоций: счастливый (5), весёлый (4), смеётся (2), счастлив (2), радостный, умилятся, удивление. Отмеченные группы вербализуют признаки имеющий хорошее поведение, имеющий плохое поведение. При этом второй признак является более выраженным и находится ближе к ядру концепта.

Обширная группа ассоциатов указывает на шум, издаваемый детьми: плачет (13), кричит (4), плач (3), плакать (2), плачущий (2), ревет (2), не плачь, крик, шумный, плаксивый. Всего 30 реакций. Таким образом, актуализируется признак являющийся источником шума.

Ребёнок вызывает у окружающих положительные и отрицательные эмоции. В первой группе зафиксирован 51 ассоциат: милый (9), счастье (8), любимый (6), радость (4), чудо (3), нежность (2), очаровательный (2), всегда радость, лапочка, ласкать, прекрасный, прелестный, прелесть, славный, солнце, смысл жизни, хорошенький, хорошо, цветок жизни, цветок, чудный. Во второй – 13: горе (2), гад, гадкий, зверёнок, зверь, катастрофа в жизни, мерзкий, несносный, несносен, спиногрыз, страх, тварь. Отметим, что в данных группах большая часть реакций единичная. В негативных ассоциатах отмечены лексемы с резко сниженной лексикой. Таким образом, актуализированы два противоположных признака концепта РЕБЁНОК: доставляющий радость, доставляющий горе.

В связи с вопросом влияния ребёнка на окружающих актуализируются признаки нуждающийся в заботе, имеющий потребность во внимании. Признаки актуализируются через уже отмеченные ассоциаты, указывающие на шум (как способ привлечь внимание), а также посредством ассоциатов, связанных со здоровьем (здоровый (8), больной (5), живой (3), заболел (3), болеет, болен, здоров, сопля – всего 23 реакции). Кроме того, данные признаки реализуются через реакции о необходимости проявления заботы к более слабому (беззащитный, беспомощный, брошенный, заботы, хлопоты, покой – 6 реакций), ассоциаты, связанные с предметами, которые нужны ребёнку (пелёнки (4), коляска (3), игрушка (2), в коляске, в люльке, в пелёнках, велосипед, кровать – 14 реакций) и реакции о питании (сыт, пирожное, каша). Последние три реакции актуализируют также признак нуждающийся в питании.

Отмечены ответы респондентов, указывающие на родственные связи: сын (7), мать (5), дочь (2), мама (2), отец (2), родители (2), сынок (2), без родителей, сестра, сёстры,

брат. Всего 26 ассоциатов, выделяющих родственников первой степени родства. Через них актуализируется признак имеющий близкого родственника.

Присутствие большого количество синонимов к слову ребёнок в ассоциативном ряду говорит о ядерном положении признака являющийся человеком по сравнению с признаком являющийся животным. Так насчитывается 37 «человеческих» ассоциатов (дитя (9), дите (5), дети (4), человек (5), мальчик (4), девочка (2), дочь (2), бэби, baby, карапуз, ребёнок, чадо, человечек) и 10 «звериных» (жеребёнок (4), телёнок (4), котёнок, ягнёнок).

В Русском ассоциативном словаре присутствует также стимул дети. На него предложено 483 реакции, из них – 238 различных, а 166 единичных.

Ассоциаты на стимул дети подтверждают наличие уже выделенных признаков концепта РЕБЁНОК. Присутствуют реакции со значением «возраст» (70 ответов) со значительным преобладанием единиц, обозначающих маленький возраст (40 ответов). В наличии 4 ассоциата «роста»: расти, растут (3). Таким образом, реализуются признаки растущий/развивающийся и имеющий небольшой возраст.

Согласно данным словаря, дети могут быть умные (4), балбесы, глупые, легкомысленные, смышлёные, что реализует признаки обладающий низкими интеллектуальными способностями и обладающий интеллектуальными способностями на уровне выше среднего.

Признаки принадлежащий к чему-либо и принадлежащий к кому-либо представлены обширной группой из 71 ассоциата. При этом в данной группе можно выделить принадлежность детей не только к человеку, но и к обществу (Арбата (6), мира (5) и др.), природе (Земли (5), вселенной, леса, планеты и др.), социальным явлениям (войны, сталинизма и др.). Отмечается выделение «своих» и «чужих» детей: например, мои (8), наши (5) или соседа, чужие (4). Принадлежность к чему-либо также характеризуется наличием ассоциатов, описывающих места нахождения детей: школа (4), детский сад (2), детсад (3), двор (2), дом (2), песочница (2), сад (2), садик (2), в школе, дома, клуб, на солнце, улица, ясли, ясли-сад.

Дети чаще ведут себя плохо. Признак имеющий плохое поведение актуализирован в 20 реакциях (непослушные (3), шаловливые (3), капризные (2), шалят (2) и т. п.). Признак имеющий хорошее поведение представлен 7 реакциями (воспитанные (2), послушные (2), хорошие (2), добры). Отдельно следует выделить признак являющийся источником шума, который актуализирован 15 реакциями на рассматриваемый стимул (крик (2), шум (2), шумят (2), беготня, визг, визжат, гам и шум, кричат, неугомонные, шумливые, шумно, шумные).

Признаки доставляющий радость и доставляющий горе реализованы 84 и 8 ассоциатами соответственно. Менее ярко в ассоциативном ряду выражены признаки нуждающийся в заботе, имеющий потребность во внимании и нуждающийся в питании. Они реализуются через группы ассоциатов о здоровье (здоровые (3), больные, здоровье, слепые), питании (голодные (2)), о необходимости в защите и заботе: бедные, бедняжки, беззащитны, война, мир, забота, заботы.

Очевидно, что у детей есть родители и родственники, либо они сами являются родственниками (имеющий родителей, имеющий близкого родственника). В рассматриваемой словарной статье указаны такие единицы, как родители (7), отцы (5), семья (4), брат, внуки, муж, сестра, сын. Признак являющийся человеком реализован в реакциях, обозначающих человека: ребята (3), люди (2), ребёнок (2), дети, карапузы, леди, мальчик и девочка, мальчишки, род человеческий, тоже люди, чадо. Среди ассоциатов представлено только одно животное – козлята (вероятно, названное в качестве рифмы к стимулу).

В разделе со стимулом дети ярко проявлен признак играющий. Отмечено 30 ассоциатов с корнем *-игр-* (играют (18), играли (2), играть, игра, играющие, игривы). На стимул ребёнок выделено 5 таких ассоциатов: играет (5).

Недостаточно ярко проявлен признак связанный с будущим. На стимул дети выделены реакции будущее (б), будут, вечность, наше будущее, на стимул ребёнок – будущее (2), будет.

Категориальный концепт СЕМЬЯ и субкатегориальный концепт РЕБЁНОК

Сравнение выявленных признаков концепта РЕБЁНОК с выделенными в предыдущих работах признаками категориального концепта СЕМЬЯ, показали наличие общего признака: имеющий близкого родственника. Кроме того, присутствует схожий признак: принадлежащий к чему-либо/кому-либо – принадлежащий к какой-либо группе и 5 взаимобратных признаков: имеющий родителей – имеющие потомство (наличие потомства как обязательное условие полноценной семьи), доставляющий радость – радость от наличия детей/потомства, нуждающийся в заботе – необходимость заботы о детях/потомстве, нуждающийся в питании – наличие забот о питании.

Выводы

Таким образом, нами выделено 25 признаков концепта РЕБЁНОК: имеющий небольшой возраст, имеющий родителей, не имеющий опыта, принадлежащий к чему-либо, принадлежащий к кому-либо, имеющий небольшой возраст (или размер), растущий/развивающийся, обладающий низкими интеллектуальными способностями, обладающий интеллектуальными способностями на уровне выше среднего, принадлежащий к кому-либо, имеющий хорошее поведение, имеющий плохое поведение, являющийся источником шума, доставляющий радость, доставляющий горе, нуждающийся в заботе, имеющий потребность во внимании, нуждающийся в питании, имеющий близкого родственника, являющийся человеком, являющийся животным, имеющий родителей, играющий, связанный с будущим.

Сравнение признаков концептов СЕМЬЯ и РЕБЁНОК показало наличие 1 общего, 1 схожего и 5 взаимобратных признаков, что позволяет включить концепт РЕБЁНОК в концептуальную категорию, объединённую категориальным концептом СЕМЬЯ.

Список литературы

1. Малинович, М. В. Универсальные детство (1)концепты и категории: проблема иерархии и взаимодействия в пространстве языка / Концепты. Категории. Языковая реальность. Коллективная монография. Иркутск, 2011, с. 10–41.
2. Попова, З. Д., Стернин И. А. и др. Язык и национальное сознание: Вопросы теории и методологии. Коллективная монография. Воронеж, 2002. 314 с.
3. Русский ассоциативный словарь: в 2 томах / под редакцией Ю. Н. Караулова, Г. А. Черкасовой, Н. В. Уфимцевой, Ю. А. Сорокина, Е. Ф. Тарасова. – URL: <http://thesaurus.std-555.ist.mospolytech.ru/dict/> (дата обращения: 15.06.2024).

С. С. Т. ВАСКАДУВЕ, Е. В. ХАРЧЕНКО
Южно-Уральский государственный университет
(Челябинск, Россия)

ЭТНОКУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КОЛОРОНИМА
БЕЛЫЙ В РОССИИ И ШРИ-ЛАНКЕ
(НА МАТЕРИАЛЕ АССОЦИАТИВНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА)

ETHNOCULTURAL SPECIFICITY OF THE FUNCTIONING OF THE
COLORONYM WHITE IN RUSSIA AND SRI LANKA
(BASED ON THE MATERIAL OF AN ASSOCIATIVE EXPERIMENT)

Аннотация

Статья посвящена выявлению особенностей образа мира у носителей русской и сингальской национальных культур на примере анализа функционирования колоронима белый в выбранных лингвокультурах. Работа выполнена в русле Московской психолингвистической школы. В качестве материала исследования были использованы результаты свободного ассоциативного эксперимента, проведенного в Шри-Ланке. Для анализа мы выбрали ассоциативные поля к стимулу **белый**. При анализе ассоциативных полей был использован семантический дифференциал, предложенный Ю.Н. Карауловым. Полученные результаты сравнивались с данными Славянского ассоциативного словаря.

Abstract

In this article tried to identify the the features of the image of the world among the bearers of Russian and Sinhalese national cultures using the example of analyzing the functioning of the coloronym white in the selected linguo-cultures. The work was carried out in line with the Moscow Psycholinguistic School. The results of a free association experiment conducted in Sri Lanka were used as research material. For analysis, we chose associative fields for the stimuli white. For analyze associative fields was used the semantic differential proposed by Yu. N. Karaulov. The obtained results were compared with the data of the Slavic Associative Dictionary.

Ключевые слова: этнокультура, лингвокультура, цветообозначения, Россия, Шри-Ланка, белый, ассоциативный эксперимент.

Keywords: ethno-culture, linguo-culture, color designations, Russia, Sri Lanka, white, associative experiment.

В настоящей статье предложен сопоставительный анализ функционирования колоронима *белый*/ *සුදු* в русской и сингальской лингвокультурах на материале словарных дефиниций, представленных в толковых словарях на русском и сингальском языках, а также ассоциативных полей, полученных в результате проведенного ассоциативного эксперимента в Шри-Ланке, и ассоциативного поля к стимулу *белый*, который находится в Славянском ассоциативном словаре. Интерес представляет семантика цветообозначения, отраженная в сознании представителей разных этносов, поскольку объективно воспринимаемый органами чувств цвет в сознании человека получает дополнительные культурные смыслы, обусловленные опытом его предков, природными и климатическими особенностями места проживания и т.д.. Цвет человек воспринимает органами чувств, поэтому можно предположить, что он должен восприниматься и трактоваться одинаково вне зависимости от этнической принадлежности. Однако ученые показали в

своих исследованиях, что значение цвета у представителей разных лингвокультур бывает совершенно противоположным: например, в одних культурах белый цвет является цветом радости, в других – траура. Многие ученые подтверждают эту мысль в своих работах: по словам П.В. Яньшина, главной проблемой психосемантики цвета является проблема существования и источников (причин) цветовых значений [Яньшин, 2001]. Ф. Биррен отмечает, что суть перцептивного восприятия заключена не в простой реакции на представленный стимул, а в его интерпретации, так как зрительное восприятие объектов осуществляется как в мозгу, так и в органе зрения [Birren, 1973]. Эту же мысль развивает Е.И. Горошко, которая считает, что именно интерпретация как мыслительная операция вызывает в сознании конкретные ассоциации: с линиями, формами, цифрами, буквами, словами, вещами и т.д. [Горошко, 2000].

Целью данного исследования стало выявление особенностей образа мира у носителей разных национальных культур. Работа выполнена в русле Московской психолингвистической школы, на базе которой разработана теория языкового сознания, основным методом исследования которого признается свободный ассоциативный эксперимент. В данной статье мы предлагаем сопоставительный анализ семантики цветообозначений в русской и сингальской лингвокультурах. В качестве материала исследования были использованы результаты свободного ассоциативного эксперимента, проведенного в Шри-Ланке (возрастная группа испытуемых – 17-25 лет, среди которых были представители как мужского, так и женского пола). Для анализа было отобрано 500 анкет. При анализе ассоциативных полей использовался семантический дифференциал, предложенный Ю.Н. Карауловым. При сопоставлении с ассоциативными нормами русской культуры использовались данные Славянского ассоциативного словаря [САС, 2004] (был выбран только русский язык). Далее мы предлагаем сопоставительный анализ двух образов мира, зафиксированных в языковом сознании носителей сингальской лингвокультуры (далее – СЛК) и носителей русской лингвокультуры (далее – РЛК). Для анализа мы выбрали ассоциативные поля к стимулу **белый**.

Обратимся к толковым словарям русского и сингальского языка для рассмотрения языковых единиц (лексем), репрезентирующих **белый**.

Слово **белый** в русском языке является многозначным. В словаре С.И. Ожегова слово «белый» имеет 5 значений: «БЕЛЫЙ, -ая, -ое; бел, бела, бело и бело. 1. Цвета снега или мела. Белая бумага. Б. парус. 2. полн. ф. Светлый, в противоположность чему-н. более темному, именуемому черным. Б. хлеб (пшеничный). Б. гриб (ценный трубчатый съедобный гриб с белой мякотью, с бурой шляпкой и толстой белой ножкой). Белое вино. Белые ночи (ночи на севере, когда сумерки не переходят в темноту). 3. полн. ф. В первые годы гражданской войны: относящийся к вооружённой борьбе за восстановление законной власти в России. Б. офицер. 4. белый, -ого, м. То же, что белогвардеец. 5. полн. ф. Со светлой кожей (как признак расы). Цветные и белые (сущ.)» [Ожегов, 2012].

Цветовое обозначение белого представлено через сравнение с цветом снега или мела в первом значении, во втором значении **белый** представлен как противоположность чему-либо более темному, при этом цвет может иметь разный оттенок: **белый** хлеб в отличие от более темного пшеничного или белое вино в отличие от красного, или белые ночи в отличие от темных. Третье и четвертое значения обусловлены политическими реалиями, которые относятся ко времени Гражданской войны в России: население разбилось на два лагеря – на белых и красных. Пятое значение слова заключено в обозначении европеоидной расы.

В словаре В.И. Даля содержится следующее определение: «БЕЛЫЙ, о цвете, масти, краске: бесцветный, противный черному. В сравнительном смысле, светлый, бледный. Белое вино, белое пиво, мед, сливы; белое лицо, белый хлеб, называются так для отли-

чия от красного (вина, меда), черного (пива, слив, хлеба), зеленого (вина хлебного) и пр. Чистый, незамаренный, незапятнанный. Белый платок, рубашка; белая бумага, белый пол.» [Даль, 2009].

То есть белый имеет 3 значения: 1) противоположный черному – бесцветный; 2) более светлый по отношению к различным оттенкам – белое вино, белый мед; 3) чистый – белая рубашка, бумага.

Для сравнения определений обратимся к двум сингальским толковым словарям.

1. «සුදු – 1. සුදු white 2. පිරිසිදු pure 3. චරදක් නැති guiltless 4. ශුද්ඵල low caste 5. බඩගින්න hunger» (1. Белый 2. Чистый 3. Невинный 4. Низшая каста 5. Голод) [ද සොයිසා, 1948, ඩ. 1899].

2. «සුදු – 1. ධවල; ශ්වභේත 2. ශුද්ධ; නිර්දෝෂ 3. හුදු; තනි; අනකෙක් හා මිශ්‍ර නො වූ 4. ශුද්ඵලය 5. සදාශ; සමාන 6. ශ්වභේතවස්තූරය 7. සුදයා; අරක්කැමියා» (1. Белый; белый¹ 2. Святой; невинный 3. Чистый; одинокий; несмешанный с другим 4. Низшая каста 5. Конгруэнтный; равный 6. Белая одежда 7. Повар [වැලිවිටියෝ, 1952, ඩ. 1104].

В сингальском языке в первом словаре лексема белый имеет пять значений, во втором словаре – семь. Таким образом, в словарях сингальского языка слово «белый» имеет следующие значения: 1. Белый 2. Святой; невинный 3. Чистый; одинокий; несмешанный с другим 4. Низшая каста 5. Голод 6. Конгруэнтный; равный 7. Белая одежда 8. Повар.

Так, можно говорить о разных значениях лексемы *белый/සුදු* в двух рассматриваемых лингвокультурах, что зафиксировано в словарях. По результатам анализа словарных дефиниций мы пришли к выводу о том, что лексема *белый/සුදු* имеет разное количество толкований в словарях на двух языках (в словарях на сингальском языке их больше), также отличаются сами значения. Например, в словарях на сингальском языке мы не встретили трактование лексемы *белый* через сравнение с предметами такого цвета. В русском же языке определение лексемы *белый* в первом значении выражается через сравнение с цветом снега, что обусловлено географически: каждый русский знает, что такое снег, тогда как для носителя сингальской культуры снег будет являться лакуной и, как следствие, такое определение не может встретиться в словаре. Не встречается политически обусловленные значения, но некоторые значения белого в сингальском языке социально обусловлены: в определениях «низшая каста» и «повар». Большинство сингальцев являются буддистами. Символы буддизма, такие как пагоды, одежда для храма, сооружения и даже статуи Будды, белые. Цветы, встречающиеся в реакциях, используются для поклонения Будде и обычно не используются в других ситуациях. Можно предположить, что следующие значения лексемы, такие как «святой; невинный; чистый; одинокий; конгруэнтный; равный; белая одежда», встречаются в словарной статье из-за взаимосвязи между белым цветом и буддизмом.

Мы видим сходство в значении лексемы **белый** только в определении ее как чистый, хотя они тоже не тождественны: в русском языке это неиспачканный, а в сингальском это определяется как несмешанный с другими цветами.

Далее в нашем исследовании мы обратимся к анализу ассоциативных полей на стимул **белый**, распределенных нами в соответствии с семантическими гештальтами. Анализ реакций на стимул **белый** в группе КТО в СЛК показал, что большинство реакций составляют люди (කළේල (девушка) 11; අක්කා (старшая сестра) 9; නංගී (маленькая сестра) 8; පමේවතිය (девушка - любовница) 6; අම්මා (мать) 4; ගැහැණු ළමයා (девушка) 3; පමේවතා (парень), බාප්පා (дядя), මම (я), මල්ලි (маленький брат) 2; අයියා (старший брат), ඇය (она), ඉංග්‍රීසි ජාතිකයෙක් (англичанин), එයා (ego/ее), කාන්තාව (женщина), කළේලක් (девушка), ගැහැණිය (женщина), ගැණු ළමයි (девушки), ඩිල්ෂන් (Дильшан – имя), පිටරුවියා

¹ Здесь два синонима на слова «белый». Эти термины часто используются в классической литературе. Поэтому эти два слова здесь переведены как белый.

(иностранец), මනිසා (человек), යහළුවා (друг), වරුණි (Варуни – имя), සහෝදරිය (сестра), සුදු පුංචි (белая тятя), සුදු ළමයා (белый мальчик), සුදුනෝනා (Судунона – ласковая имя), සුද්දි (белая девушка / иностранка), සුද්දෝ (белые люди / иностранцы), හංසි (Ханси – имя), හසින්දු (Хасинду – имя), ළමයා (ребенок) 1.), тогда как в русской лингвокультуре большинство реакций на **белый** – животные (орел 28; лебедь 11; медведь 10; аист 9; заяц 8; Бим, попугай 7; голубь, конь 4; пес 2; баран, ворон, гусь, кореш, кот, олень, павлин, червяк 1). Реакции в группе КТО в СЛК можно разделить на несколько категорий: 1) близкие люди и родственники; 2) личные имена; 3) иностранцы; 4) животные; 5) другие.

В РЛК наиболее частотная реакция в группе ЧТО – снег, что мы уже отметили ранее, когда рассматривали словарные дефиниции. Среди наиболее частотных реакций в СЛК на первом месте в группе ЧТО стоит цвет, тогда как в РЛК эта реакция занимает второе место. Реакции носителей обеих лингвокультур показывают, что **белый** у них ассоциируется с одеждой (в СЛК – ගවුම (платья) 17; රෙද්ද (ткань) 4; ඇඳුම (одежда), පාසල් නිල ඇඳුම (школьная униформа), රෙදි (ткани) 3; ළමා සාටිය (Лама Сария – название одежды) 2; කම්සය (рубашка), ටි ෂර්ට් ඒක (футболка), දහම පාසල් ඇඳුම (униформа воскресной школы), සාරි (Сари – название одежды), සුදු ගවුම (белое платье) 1, в РЛК – плащ, халат 3; платок, простыня, свадебное платье 2; белье, галстук, костюм, сарафан, свитер, тапочки, фартук 1).

Большая часть населения Шри-Ланки имеет темную кожу, но считает белую кожу более красивой и привлекательной, что обусловлено колониальным влиянием европейцев, которое длилось с XVI века до середины XX века. Белая кожа, которая была у колонизаторов, бессознательно внедряется в сознание ланкийцев, становясь символом власти, превосходства и богатства, что влечет за собой новые тенденции: жители, в особенности женщины, стремятся отбелить кожу, на что охотно отвечает индустрия красоты, поставляющая отбеливающие кремы и подобные средства.

Тот факт, что жители Шри-Ланки считают белую кожу красивой и стремятся отбелить свою кожу, подтверждается такими реакциями, как මුහුණ (лицо) 19; කැමැත්ත (желание) 6; ඇඟ (тело) 2; අත් (руки), අශාව (желание), ක්ලීර් (пломбир), සමහි වර්ණය (цвет кожи), සුදු වීම (отбеливание) 1.

В СЛК также можно увидеть реакции, которые ассоциируются с буддизмом: පිච්චුරු (святой) 11; මල් (цветы) 11; පන්සල (буддийский храм) 9; පවිත්ර (святой) 5; වනෝයය (пагода) 2; ඉද්ද මල (цветок Идда), වාමි (простой), දහම පාසල් ඇඳුම (униформа воскресной школы), නිවුන බව (спокойствие), නළුම (лотос), පැහැදීම (впечатление), පිච්ච මල (цветок жасмина), පින් (хорошая карма), පින්බර (благородный), මල් වට්ටිය (цветочный горшок), වතුසුදු මල (цветок ватусиду), ඉද්ධ (святой), සාමකාමී (мирный) සිත (ум), සිල් (обеты) 1). Тогда как в русском языке таких реакций получено не было.

В языковом сознании носителей русской лингвокультуры **белый** ассоциируется с транспортными средствами (парус 2; автомобиль, катер, корабль, Мерседес, Москвич, Мэрс, самолет, трамвай 1) и с цветами (цветок 2; ландыш, лилия, цветы 1). Действительно, белый один из самых распространенных цветов автомобилей из-за своей практичности. Во-первых, машины белого цвета, как правило, стоят дешевле, чем машины других цветов, во-вторых, при ремонте проще подобрать краску, так как не нужно подбирать оттенок, в-третьих, белая машина меньше нагревается на солнце.

При анализе реакции на стимул **белый** в группе КАКОЙ в обеих лингвокультурах первой реакцией была *черный*, которая является оппозитом белому. Помимо черного, в РЛК обнаружился цвета *красный* 6; *зеленый* 2; *алый*, *желтый*, *серый*; *синий* 1; а в СЛК – සුදු (белый) 4; රතු (красный) 1;.

Также очевидно, что в сознании людей обеих лингвокультур **белый** символизирует чистоту, как указано в словарных значениях. (в СЛК – පිරිසිදු (чистый) 34; පැහැදිලි (чи-

стый) 4; නිරවුල් (незапятнанный) 2; නිර්මල (чистый), පැළ්ලම් නැති (безупречный) 1, в РЛК – чистый 9; безупречный 1).

Среди реакций на стимул **белый** в СЛК мы выявили маркеры сформированного пост-колониального языкового сознания жителей Шри-Ланки: ලස්සන (красивый) 36; මුහුණ (лицо) 19; කළේල (девушка) 11; අක්කා (старшая сестра) 9; නංගී (маленькая сестра) 8; කැමැත්ත (желание), පමේවතිය (девушка – любовница) 6; අම්මා (мать) 4; හොඳ (хороший) 3; අසයි (нравится), ඇඟ (тело), පමේවතා (парень), බාප්පා (дядя), මම (я), මල්ලි (маленький брат) 2; අත් (руки), අයියා (старший брат), අඟාව (желание), ඇය (она), ඉංග්ලීසි ජාතිකයකේ (англичанин), එන්ගලන්තය (Англия), කාන්තාව (женщина), කළේලක් (девушка), ක්ලිරිම (пломбир), ගැහැණිය (женщина), ගැණු ළමයි (девушки), ජාතිය (нация), සමාජය (общество), සමහේ වර්ණය (цвет кожи), සහෝදරිය (сестра), සුදු ළමයා (белый мальчик), සුදු වීම (отбеливание), සුදුනෝනා (Судунона – ласковая имя), සුද්දී (белая девушка), සුද්දො (белые люди), ළමයා (ребенок) 1).

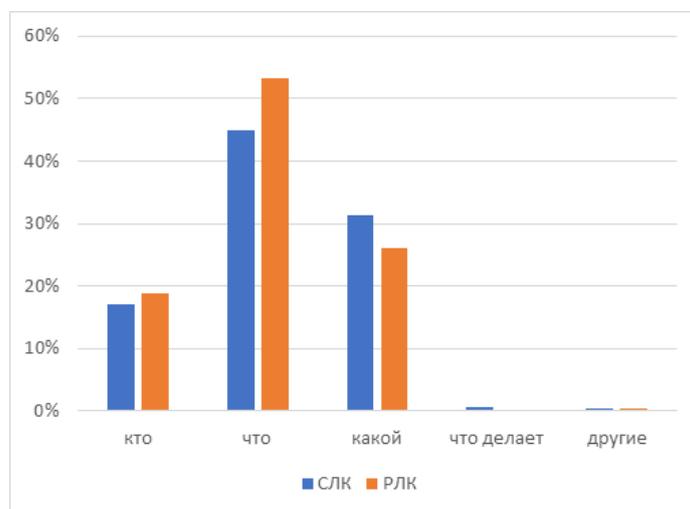


Диаграмма 1 – семантический гештальт Ю.Н. Караулова на стимул **белый**

Распределив полученные реакции по группам, мы выявили (диаграмма 1), что в русской лингвокультуре наиболее многочисленными получились группы КТО и ЧТО, а в сингальской – КАКОЙ, ЧТО ДЕЛАЕТ и ДРУГИЕ.

Таким образом, мы видим, что стимулы-цветообозначения часто вызывают культурно окрашенные реакции, которые не только содержат описание реальных предметов, их цвет, но и отражают историю народа, символику цветообозначений, отголоски влияния других культур (например, колонизации в Шри-Ланке) и особенности природы, климата (например, снег в России).

Список литературы

1. Горошко, Е. И. Изучение вербальных ассоциаций на цвета / Е. И. Горошко // Языковое сознание и образ мира: сб. науч. ст. / Н.В. Уфимцева (отв. ред.). – Москва : 2000. – 320 с. – Текст : электронный – URL: http://www.iling-ran.ru/library/psylingva/sborniki/Book2000/html_204/4-9.html (дата обращения 10.07.2024).
2. Даль, В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: избр. ст. / В. И. Даль; совмещ. ред. изд. В. И. Даля и И. А. Бодуэна де Куртенэ; [науч. ред. Л. В. Беловинский]. – М. : ОЛМА Медиа Групп, 2009. – 573 с. – Текст : непосредственный.
3. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка: около 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов. – М. : ОНИКС-ЛИТ, Мир и образование, 2012. – 1376 с. – Текст : непосредственный.

4. САС – Славянский ассоциативный словарь: русский, белорусский, болгарский, украинский / Н. В. Уфимцева, Г. А. Черкасова, Ю. Н. Караулов, Е. Ф. Тарасов. Москва : Институт языкознания РАН, 2004. 790 с. – Текст : непосредственный.
5. Яньшин, П. В. Психосемантический анализ категоризации цвета в структуре сознания субъекта : специальность 19.00.01 : дис. ... докт. псих. наук. / Яньшин Петр Всеволодович. – Москва, 2001. – 394 с. – Текст : непосредственный.
6. Birren, F. A. Color Preference as a Clue to Personality / F. A. Birren // Art Psychotherapy. – 1973. – №3 (4). P. 255-259. – Текст : непосредственный.
7. ද සොයිසා, ඒ. ජී. ධර්ම සමය සිංහල ශබ්දකෝෂය / ඒ. ජී. ද සොයිසා. – කොළඹ : ධර්ම සමය යන්ත්‍රාලය, 1948. – පිටු 2020. (Дэ Зойса, А. П. Дарма Самая сингальский словарь. – Коломбо : Дарма Самая, 1948. 2020 с.) Текст : непосредственный.
8. වැලිවිටියෝ, සෝරන තෝර. ශ්‍රී සුමංගල ශබ්දකෝෂය (ද්විතීය භාගය) / වැලිවිටියෝ සෝරන තෝර. – කොළඹ : ගෞඛගෝ, 1998. – පිටු 1239. (Валивитие Сорато Тхеро. Шри Сумангала словарь. – Коломбо : Годдаге, 1998. 1239 с.) Текст : непосредственный.

В. О. ВАУЛИНА

Челябинский государственный университет
(Челябинск, Россия)

КОЛОРОНИМЫ В ИСПАНСКОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

COLORONYMS IN SPANISH FICTION

Аннотация

*Цель исследования представляет собой описание языковых единиц, колоронимов, и выявление специфики и лингвокультурологической ценности этих лексем в испанской художественной литературе на материале художественных произведений испаноговорящих авторов: **Фредерико Гарсии Лорки, Густаво Адольфо Беккера и Хуана Рамона Хименеса.***

Основными результатами исследования стали изучение понятия колороним, выявление особенности и погружения данных цветовых наименований в язык, а также анализ лексико-семантического употребления цветовых наименований в художественных произведениях испанских авторов.

Abstract

*The purpose of the work is to describe linguistic units, coloronyms, and identify the specifics and linguistic and cultural value of these lexemes in Spanish fiction based on the works of fiction by Spanish-speaking authors: **Frederico Garcia Lorca, Gustavo Adolfo Becker and Juan Ramon Jimenez.***

The main results of the study were the study of the concept of coloronym, the identification of the features and immersion of these color names in the language, as well as the analysis of the lexical and semantic use of color names in the works of fiction by Spanish authors.

Ключевые слова: колороним, цвет, испанская литература, художественная литература.
Keywords: coloronyms, color, Spanish fiction, fiction.

Введение

Такое явление, как цвет вызывал, и вызывает до сих пор, интерес у разных дисциплин, таких как искусство, психология, философия, физика, химия и др. Также филология и лингвистика заинтересованы в цвете и его лексико-семантических свойствах, а системные отношения в лексике являются одним из важных вопросов, рассматриваемых в современном языкознании.

Актуальность темы данного исследования заключается в важности изучения лексико-семантического поля «цвет», выявления его типологии и роли таковых лексических единиц в творчестве испаноговорящих писателей.

Впервые термин «колороним» употребила Г. Г. Соколова. В своей работе Д. Н. Полякова, определяя понятие КОЛОРОНИМ, включает в него отдельные лексемы, словосочетания, термины и идиоматические выражения, с помощью которых передается значение цветов или оттенков. Именно тексты этих авторов были взяты в теоретическую базу исследования и помогли в раскрытии понятия колороним и особенности его лексико-семантического употребления.

Цель исследования представляет собой описание языковых единиц, колоронимов, и выявление специфики и лингвокультурологической ценности этих лексем в испанской поэзии на материале художественных произведений испаноговорящих авторов: Фредерико Гарсии Лорки, Густаво Адольфо Беккера и Хуана Рамона Хименеса.

Для данной работы были использованы следующие методы исследования: общенаучные методы, как отбор, описание, классификации, систематизации, синтез научных концепций, а также специальные методы лексического, структурно-семантического и сопоставительного анализов.

Основными результатами исследования стали изучение понятия колороним, выявление особенности и погружения цветовых наименований в язык, а также анализ лексико-семантического употребления цветовых наименований в поэтических произведениях испанских авторов.

Понятие КОЛОРОНИМ

Колороним включает в себя отдельные лексемы, фразы, термины и идиоматические выражения, с помощью которых передается значение цветов или оттенков.

Отличие колоронима от остальных терминов заключается в его неограниченности связью с цветом. Колороним может нести в себе значение какого-то оттенка, но не показывать это прямо. В то время как те же колоративы ограничивают себя на морфологическом уровне.

Существует несколько классификаций колоронимов. Самая простая классификация с позиции окрашенности или не окрашенности. В этом случае все цвета делятся на два типа: **ахроматические** (рус. черный, белый, серый и оттенки серого, исп. negro, blanco, gris y sombras de gris) и **хроматические** (рус. синий, зеленый, красный, желтый и т.д., исп. azul, verde, rojo, amarillo, etc.).

Другая классификация предполагает деление колоронимов на 5 уровней.

Первый уровень включает в себя основные цвета, прилагательные, обозначающие названия цветов: рус. синий, зеленый, красный, желтый и т. д., исп. azul, verde, rojo, amarillo, etc.

В испанском языке существует 10 основных цветов: красный (или колорадский), зеленый, синий, желтый, коричневый (или бурый/ каштановый), индиго, бежевый, фиолетовый, розовый, пурпурный (исп. rojo, verde, azul, amarillo, marrón, índigo, beige, morado, rosado, magenta). К основным цветам также относятся ахроматические (белый, серый, черный).

Колоронимы второго уровня представляют собой двухкоренные лексемы, образованные по схеме цвет+цвет: рус. сине-зеленый, красно-оранжевый, желто-коричневый и т. д., исп. azul verdoso, rojo anaranjado, amarillo amarronado, etc. Однако М. Гарсия-Пахе отмечает, что прилагательные, которые устанавливают оттенок окраски или являются прилагательными, производными от базового названия цвета «no pueden funcionar normalmente de forma autónoma en la identificación de un color – не могут нормально функционировать автономно при идентификации цвета» – неофиц. перевод.

Третий уровень – это слова, выражающие интенсивность колоронимов первого уровня или проявляющие тон: рус. светлый, темный, яркий, бледный и т. д., исп. claro, oscuro, vivo, pálido, etc. Или колоронимы, такие как беловатый, зеленоватый, медный и т.д. (исп. blancuzco, verdoso, cobrizo, etc.) Это также могут быть цветовые вариации, обозначающие физические объекты, поскольку они осветляют оттенок. Например, исп. violeta (фиалка, фиолетовый), avellana (лесной орех), berenjena (баклажан), naranja (апельсин, оранжевый), granate (гранат, гранатовый), oro (золото, золотой), plomo (свинец, свинцовый), chocolate (шоколад, шоколадный и т. д.).

Затем идут колоронимы четвертого уровня, построенные по модели цвет+объект: рус. небесно-голубой, темно-синий, вишнево-красный, бутыльно-зеленый, исп. azul cielo, azul noche, rojo cereza, verde botella.

Колоронимы пятого уровня включают в себя гипонимы основных колоронимов. Это могут быть архаизмы и неологизмы, но по большей части лексика, используемая в терминах и существительных в различных областях профессиональной деятельности, связанной с использованием цветов (живопись, дизайн, строительство, производство косметики и т.д.): исп. grisio (пепельный, сивый (о масти лошади)), cárdeno (черно-белый (о масти быков), опаловый (о цвете воды)), rútilo (рутил), sinoble, gilvo, glauco (ель Глаука), rubio (русый), jalde, setrino (цитрин), blondo (блонд), bruno (бруно), argén, flavo (медовый, устар.) и т. д.).

Кроме того, колоронимы также можно разделить на морфологические группы: прилагательные (рус. красный, синий, желтый, исп. rojo, azul, amarillo), существительные (рус. краснота, чернота, зелень, исп. rojez, negrura, verdor), глаголы (рус. белить, зеленеть, синеть, краснеть, исп. blanqueser, verdear, azulear, enrojecer), части речи, обозначающие оттенки цвета с помощью аффиксов. В испанском языке это префиксы en- или a- и суффикс -ado (исп. anaranjado, asalmonado, amulatado, acobrado). А также словосочетания (исп. rojo Corintio, rojo (vino) Burdeos, amarillo Van Gogh, azul Prusia, azul Sajonia, azul cielo, azul noche, rojo cereza, verde botella) и колоронимы в качестве сравнительных оборотов (исп. ponerse blanco, estar sin blanca, estar negro и т.д.).

Колоронимы в испанской литературе

Рассмотрим колоронимы на примерах испанской художественной литературы. Материалом исследования в данной работе послужили лексические единицы, которые передают цвета в языке, а также литературные художественные произведения испаноговорящих авторов: Фредерико Гарсии Лорки, Густаво Адольфо Беккера и Хуана Рамона Хименеса.

Разберём цветовую лексику, колоронимы, в «Кровавой свадьбе» (Bodas de Sangre), тем более что Фредерико Гарсия Лорка наделяет цвета собственными смыслами.

Розовый цвет используется автором для описания жилища – это и дом Леонардо, и дом Невесты, которые связаны тайной любовью. Оба места описаны как уютные, спокойные, заполненные цветами, что противопоставляется душевному состоянию героев. Однако существует ещё одна интерпретация розового как надежды на новую жизнь или обмен на новую жизнь.

*Habitación pintada de **rosa** con cobres y ramos de flores populares. En el centro, una mesa con mantel. Es la mañana. Suegra de Leonardo con un niño en brazos. Lo mece. La mujer, en la otra esquina, hace punto de media.*

(Комната, окрашенная в **розовый цвет**; медная посуда, букеты искусственных цветов. Посредине стол, накрытый скатертью. Утро. Теща Леонардо с ребенком на руках. Она его укачивает. В другом углу Жена Леонардо вяжет чулок).

*Interior de la cueva donde vive la novia. Al fondo, una cruz de grandes flores **rosa**. Las puertas, redondas, con cortinajes de encaje y lazos **rosa**. Por las paredes, de material blanco y duro, abanicos redondos, jarros azules y pequeños espejos.*

(Комната встроенного в гору дома, в котором живет Невеста. В глубине комнаты крест из больших **розовых** цветов. Овальные двери с кружевными занавесками и **розовыми** лентами. На белых прочных стенах круглые веера, синие кувшины, зеркала).

Красный цвет связан с кровью и смертью («*Pues esta noche tendrán / mis mejillas **roja** sangre*»). Пусть этой ночью **алой кровью** / опять мои пылают щеки). А потому изображая моток с нитью как символ человеческой жизни и судьбы, нить окрашена красным как дурное предзнаменование смерти («*Amante sin habla. / Novio **carmesí***»). Любовник безмолвен, / весь **алый** - жених).

*Dos muchachas vestidas de azul oscuro están devanando una madeja **roja*** (Две девушки в темно-синих платьях разматывают **красный** клубок).

Гарсия Лорка использует колороним **желтый** только два раза – в начале и в конце пьесы. Пьеса начинается с описания комнаты Матери и Жениха (*Habitación pintada de **amarillo*** / Комната, окрашенная в **желтый цвет**.) – с самого начала это может быть предзнаменованием трагедии, которая придёт в этом дом. И символично заканчивается словами Невесты о трагической судьбе двух молодых мужчин: «... *con este cuchillo / se quedan dos hombres duros / con los labios **amarillos***» ... меж часом и двумя друг друга / ножом зарезали вот этим / два гордых и суровых мужа. / Теперь лежат они недвижно, / на их устах **желтеет** смерть.

Можно проследить, что Фредерико Гарсия Лорка активно использует цветовую лексику как художественный приём. С помощью цветовой лексики писатель передаёт атмосферу произведения и характеры персонажей, создаёт визуальную картину местности для читателя. А также, в его произведении преобладают колоронимы базового уровня, которые можно разделить на хроматические и ахроматические.

На примере статьи Carlos Miguel-Pueyo «Entre sueño y realidad: significado del color en la obra de Gustavo Adolfo Bécquer. Nuevas Aportaciones» мы разберём семантическое значение цветов, так как Густаво Адольфо Беккер по-особенному относится к этой лексической группе.

В следствии того, что Густаво Адольфо Беккер в своём творчестве по-разному разделяет цвета семантическими свойствами, автор статьи разделяет цвета на не сказочные (реальные) и сказочные (нереальные).

К не сказочным цветам относятся те, которые служат для описания реальной окружающей среды автора, так как Густаво Адольфо Беккер использует колоронимы, чтобы подчеркнуть отличительные признаки того или иного места, чтобы изобразить живописность обстановки в виде одежды, предметов, пейзажей или маленьких деталей. В такие моменты текст наполнен цветовой лексикой:

*Una muchacha con su zagalejo corto y **naranjado**, su corpino **oscuro**, su camisa **blanca** y cerrada, sobre la que brillan dos gruesos hilos de cuentas **rojas**, sus medias **azules** y sus abarcas atadas con un listón **negro**, que sube cruzándose caprichosamente hasta la mitad de la pierna, va y viene cantando a media voz... [la carta I, Bécquer 1864: 4].*

(Девушка в коротком **оранжевом** сарафане, **темном** корсете, **белой** закрытой рубашке, на которой блестят две толстые нити **красных** бус, **синих** чулках и накидках, перевязанных **черной** лентой, которая поднимается, прихотливо переступая на пол пути через ногу, ходит взад и вперед, напевая вполголоса...).

К сказочным цветам относятся те, которые автор использует, когда передаёт пограничное состояние героя. Это может быть сон, интимный мотив вдохновения, мечтание, галлюцинации и т. п. К сказочным цветам синий относится, например, когда туман искажает мир героя и становится синей вуалью:

*Después de apurar mi taza de café, y mientras miro danzar las llamas **violadas, rojas y amarillas** a través del humo del cigarro que se extiende ante mis ojos como una **gasa azul**, he pensado un poco sobre qué escribiría a ustedes para El Contemporáneo [...]* [la carta I, Bécquer 1864: 5].

(Допив свою чашку кофе и наблюдая, как **фиолетовые, красные и желтые** языки пламени танцуют в сигарном дыму, который расползается перед моими глазами, как **голубая** вуаль, я немного подумал о том, что я хотел бы написать Вам для «Современника») [...].

Густаво Адольфо Беккер в своём произведении использует цвета и для описания окружающей среды, и в качестве художественного приёма, для преодоления языковой недостаточности. Для этого он разделяет цветообозначения на две группы. Весь спектр цветов для обозначения реальности, внешнего мира, местного колорита, описания природы. К цветам, имеющим дополнительную смысловую нагрузку, относится колороним синий, который противопоставляется остальным цветообозначениям.

Хуан Рамон Хименес в своих работах через пейзаж внешней окружающей среды изображает личное внутреннее состояние, а потому и значения, которыми он наделяет цветовую лексику, имеют особенные, личные трактования.

Красный цвет для Хименеса – это цвет чувственности и страха, часто он заменяет этот цвет колоронимом **sangre** – **кровавый**.

*Sus labios frutales y **rojos**... mi boca **roja**... Tengo miedo... / **Rojos** fuegos tienen sus ojos... el corazón **sangriento** ...*

(Её **фруктово-красные** губы... мой **красный** рот... Мне страшно... / **Красные** огоньки в его глазах... **кровавое** сердце).

*Por esta senda **roja** /yo no sé a dónde voy* (По этой **красной** дорожке /я не знаю, куда иду) – здесь символическая красная тропа связывается с растерянностью и потерянностью лирического героя.

Синий цвет Хуан Рамон Хименес, как и Густаво Адольфо Беккер, наделяет особенными смыслами, соотносит со всем самым светлым, недостижимым и идеальным (*Como adoro un sublime Ideal **azulado**... las gasas **azules** de la aurora... Как я обожаю возвышенный **голубой** идеал... сияние **синей** вуали...).*

Иногда Хуан Рамон Хименес сочетает или заменяет колороним синий на небесный, например, для описания неба или воды:

*Jardín, tú estás **celeste**, celeste tú, balcón, / **Celeste** el agua, el árbol, el corazón celeste... / ¿Qué **azul**, Dios mío, es éste / Lago **azul-profundo**.*

(Сад, ты **небесный**, небесный ты, балкон, / **Небесная** вода, дерево, небесное сердце... / Какое **синие**, Боже мой, это / **глубоко-синее** озеро).

Lago azul-profundo – признак озера, глубина, становится и признаком цвета. Таким образом, автор создаёт окказионализм, относящийся к пятому уровню колоронимов.

Для поздних стихов характерно употребление **blanco** (белый) вместе с **negro** (черный), что создает противопоставления и контрасты, наделяя белый положительной эмоциональной окраской, а черный - отрицательной:

Los secretos blancos, negros / ... en paz y en luz blancas, negras.

(Белые и черные секреты / ... в мире и на белом, черном свете).

В других случаях, белый и черный не противопоставляются, а создают более яркий образ, при этом часто данные колоронимы стоят рядом в поэтической строке:

... ¡y te abrazaste a mí, toda desnuda, // sólo con tus cabellos negros, blanca.

(...и ты прижалась ко мне, вся обнаженная, // белая, прикрытая только своими черными волосами).

Хуан Рамон Хименес использует цветовую лексику не столько для описания окружающего мира, сколько для передачи личного внутреннего состояния.

Выводы

Таким образом, определили, что колороним не просто название цвета, но и отдельные лексемы, словосочетания, термины и идиоматические выражения, с помощью которых мы передаем значение цветов или оттенков. Колороним может быть любой частью речи, а также существует деление колоронимов на уровни.

На примере выбранных нами произведений мы сделали вывод, что колоронимы базового уровня являются самыми частыми по употреблению испаноязычными авторами. Также часто встречаются колоронимы третьего уровня, в том числе прилагательные темный, бледный, светлый.

В выбранных текстах прослеживается схожесть трактовки колоронимов у представленных авторов. Синий цвет Хуан Рамон Хименес, как и Густаво Адольфо Беккер, наделяет особенными смыслами, соотносит со всем самым светлым, недостижимым и идеальным. Зелёный у Хуана Рамона Хименеса и Фредерико Гарсии Лорки ассоциируется с природным началом, присутствует в описании растений и природы. Красный цвет для каждого писателя имеет индивидуальную трактовку.

Список литературы

1. Кокорин, С. А. Колоронимы в поэтическом творчестве С. А. Есенина: типы, функционирование // Вестник Южно-Уральского гос. гуманитарно-педагогического ун-та. – 2011. – С. 281.
2. Немцова, К. И. «Пейзаж души» через краски мира: семантика цветообозначений в творчестве Хуана Рамона Хименеса // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2018. №12(90). Ч. 1. – С. 142–146.
3. Полякова, Д. Н. Лингвокультурологический анализ колоронимов в составе профессионально маркированных единиц. автореф. дис. канд. филол. наук. Челябинск, 2009. – 240 с.
4. García-Page M. Los nombres de color del español: De su composición y sus propiedades gramaticales. // John Benjamins Publishing Company – Revue Romane 44:1, 2009. – С. 47–66. – URL: https://www.researchgate.net/publication/233614313_Los_nombres_de_color_del_espanol_De_su_composicion_y_sus_propiedades_gramaticales (дата обращения: 10.06.2024).
5. Guerrero Ruiz P. Federico Garcia Lorca. el Color de la Poesia (Spanish Edition) // Editum. Ediciones de la Universidad de Murcia, 1998 – 211 p. – URL: <https://www.amazon.com/Federico-García-Lorca-poesía-Spanish/dp/848371020X> (дата обращения: 20.06.2024).
6. Miguel-Pueyo C. Entre sueño y realidad: significado del color en la obra de Gustavo Adolfo Bécquer. Nuevas Aportaciones // Actas XVI Congreso AIH. – Pierre Civil, Françoise Crémoux, Vol. 2, 2010. – 181 p.

А. В. ГУБАНОВА, О. Н. БУРОВНИКОВА
Курский государственный университет
(Курск, Россия)

ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ КОНЦЕПТ «ВИНО» В ПОЭЗИИ
ГАЯ ВАЛЕРИЯ КАТУЛЛА

THE CREATIVE CONCEPT OF «WINE» IN THE POETRY
OF GAIUS VALERIUS CATULLUS

Аннотация

В статье рассматривается репрезентация художественного концепта «вино» в поэзии Гая Валерия Катулла. Дается определение понятию «концепт», анализ концепта «вино» проводится на трех уровнях. Лексико-семантический уровень отражает буквальное понимание слова «vinum» и его грамматическое значение в поэмах Катулла. Образно-символический уровень описывает коннотации, вложенные Катуллом в концепт «вино», и ассоциации, возникающие в сознании читателя при прочтении поэм Катулла. Детальное исследование культурно-исторического уровня дает представление о подробностях истории Древнего Рима с точки зрения античного поэта. В то же время, для правильной интерпретации рассматриваемого поэтического материала в статье приведены краткие сведения из истории древнеримского виноделия и традиций винопития из других источников. Специфика функционирования концепта «вино» в поэмах Катулла связывается с особенностями представления поэта о фактах, связанных с явлением вина.

Abstract

The article examines the representation of the creative concept of «wine» in the poetry of Gaius Valerius Catullus. The definition of the word «concept» is given, the analysis of the concept of «wine» is carried out on three levels. The lexical-semantic level reflects the literal understanding of the word «vinum» and its grammatical meaning in the poems of Catullus. The figurative-symbolic level describes the connotations embedded by Catullus in the concept of «wine» and the associations that arise in the reader's mind when reading Catullus' poems. A detailed study of the cultural-historical level gives an idea of the details of the history of Ancient Rome from the point of view of the ancient poet. At the same time, for the correct interpretation of the considered poetic material, the article provides brief information from the history of ancient Roman winemaking and the traditions of wine drinking from other sources. The specifics of the functioning of the concept of «wine» in the poems of Catullus are associated with the peculiarities of the poet's idea of the facts related to the phenomenon of wine.

Ключевые слова: поэзия, художественный концепт, вино, Древний Рим, Катулл, история, когнитивная лингвистика.

Keywords: poetry, conceptus, wine, Ancient Rome, Catullus, history, cognitive linguistics.

Вино играло важную роль в жизни древнеримского общества. Оно было продуктом массового употребления и экспортировалось во все уголки империи. В разных видах вино было доступно не только аристократам, но и рабам, крестьянам и женщинам. Вино считали повседневной необходимостью, на нем готовили блюда, его использовали в религиозных обрядах – во время жертвоприношения и погребения, употребляли в лечебных целях.

Вино в сознании римлянина представляет собой продукт сложных ассоциаций.

Произведения римских писателей дают представление о виноградарстве и виноделии, а также о значении вина в культуре Древнего Рима. Художественный концепт «вино» в поэзии Гая Валерия Катулла являет собой набор информации, связанной с таким явлением, как вино, обладает рядом ассоциативных связей и коннотаций.

Прежде чем перейти от исторического контекста вина в Древнем Риме к его художественному изображению в работах Катулла, необходимо определить, что мы будем иметь в виду под словом «концепт». На сегодняшний день не существует общепринятого определения понятия «концепт» и единого алгоритма концептуального анализа. Мы будем опираться на определение, данное философом Сергеем Алексеевичем Аскольдовым в статье «Концепт и слово» 1928 года: «Концепт есть мысленное образование, которое замещает нам в процессе мысли неопределенное множество предметов одного и того же рода» [Аскольдов, 1928, с. 31]. То есть, концепт – это когнитивная единица, охватывающая конкретное и абстрактное, обозначающая систему идей и свойств, связанных со словом. Анализ художественного концепта «вино» мы будем производить на трех уровнях: лексико-семантическом, образно-символическом и культурно-историческом.

Лексико-семантический уровень концепта «вино» определяет значение слова «вино», т. е. его соотнесенность с объектом действительности через понятие. Вино в Древнем Риме – это алкогольный напиток, приготовленный из сока измельченного винограда. Виноград собирали, измельчали, затем оставляли для брожения в больших емкостях – долиях. Долии закапывали в землю, тем самым, регулируя температуру брожения и pH, что способствовало образованию поверхностных дрожжей; поверхностные дрожжи производили несколько химических соединений, в том числе ацетальдегид, ацетоин, но в первую очередь сотолон, который отвечал за слегка пряный вкус и придавал ароматы поджаренного хлеба, яблок, жареных грецких орехов и карри [Limbergen, 2024]. Вино различалось по вкусу, крепости и качеству в зависимости от того, какого сорта виноград был использован, как происходил процесс ферментации и какими были условия хранения. Археолог и специалист по древнему виноградарству из Университета Вероны говорит о том, что современные идеи классификации вин бесполезны для отражения природы римского вина. Так, например, вина нельзя было разделить по цвету только лишь на красные и белые – спектр был более широким: от белого, желтого, до коричневого, красного и черного [Nolan, 2024]. Наиболее высоко в Древнем Риме ценилось фалернское вино. Оно имело янтарный цвет, его богатый вкус достигался путем 15-летней выдержки. Объемное содержание алкоголя не превышало 15-16% [Grout, 2024], при этом вино вспыхивало при поднесении пламени [Plinius Maior, book 14, VIII, 62] и было самым крепким напитком, известным римлянам. Любое вино смешивали с водой, наиболее предпочтительные пропорции – 2:3 и 1:2, вина в смеси было меньше, чем воды. Неразбавленное вино считалось привычкой варваров, в пропорции 1:1 с водой – крепким, в пропорции 1:4 – слишком слабым.

Компонентами семантики слова являются лексическое и грамматическое значения. В поэмах Катулла лексическое значение слова «vinum» включает в себя его буквальное представление как напитка из винограда. Грамматическое значение выражено следующими признаками: *genus neutrum; declinatio secunda; numerus singularis; casus ablativus* («in... vino» [Catullus, XII], «et vino, et sale, et omnibus cachinnis» [Catullus, XIII]) / *casus genitivus* («vini pernicies» [Catullus, XXVII]) / *casus accusativus* («reddens... iocum atque vinum» [Catullus, L]). Однако на образно-символическом уровне концепт «вино» выходит за рамки буквального значения слова и становится метафорой страсти, праздности, положительных эмоций.

Поэма XII посвящена Марруцину Азинию, обладающему весьма своеобразным чувством юмора: ради смеха он крадет у людей их салфетки (*linteum*). Это действие он со-

вершает «in ioco atque vino», то есть, «в шутке и в вине». Этот оборот мы снова встретим в поэме L: здесь Катулл и Гай Лициний Кальв, римский оратор и поэт, упражняются в стихосложении «reddens mutua per iocum atque vinum», то есть, обмениваясь шутками, вместе выпивая. Вино ассоциируется с весельем, юмором, праздником. Оно вызывает состояние легкого опьянения, способствуя приподнятому настроению римлянина. «Vinum verba ministrant» – крылатое выражение, означающее «вино развязывает язык». У Катулла вино выступает в качестве катализатора социальных взаимодействий – оно освобождает разум и способствует сближению людей.

В поэме XIII Катулл приглашает к себе на обед друга Фабулла, но Фабулл сам должен принести еду и вино, потому что у Катулла нет денег. Намечается времяпрепровождение в приятной компании, а это значит, что без вина не обойтись. Если Фабулл действительно хочет «хорошо пообедать» («Cenabis bene, mi Fabulle...»), он должен озаботиться приобретением вина. Кроме того, слово «вино» употреблено в ряду однородных членов «et vino et sale et omnibus cachinnis». Слово «sal» имеет несколько значений: «соль» – прямое и «остроумие» – переносное. «Cachinnus» означает «громкий смех, лошадиное ржание, гогот». Вино снова идет в комплекте с общением и весельем.

В поэме XXVII Катулл воспевает фалернское вино. Он просит мальчика наполнить чашу старым (vetulus) горьким (amarus) Фалерном. В предложении «hic merus est Thyonianus» слово «merus» значит «чистый, незамутненный, неразбавленный», чаще всего это слово употребляется именно в связи с вином; слово «Thyonianus» означает «вино», и это метонимия: фиванская принцесса Семела, мать Вакха, присоединившись к богам на Олимпе, получила имя Фиона; Thyoneus – в русской транслитерации Фиониан [Катулл, 27] – сын Фионы, Вакх. То есть, Катуллу интересен «чистый Вакх» – неразбавленное вино.

Неизвестно, с какими событиями связано распитие Катуллом Фалерна. Однако на основе имеющегося текста можно установить, что фалернское вино ассоциировалось у Катулла с изысканностью и божественными ритуалами. При этом Катулл в поэме вспоминает о некой пьяной женщине Постумии, законом которой было пить крепкий алкоголь («inger mi calices amariore, ut lex Postumiae»). Низводя Фалерн до «закона» пьяной женщины, поэт, вероятно, ниспровергает его элитарный статус – пренебрежение социальными нормами, саркастическая непочтительность были характерны для поэзии Катулла.

С представлением о вине тесно связано понятие опьянения. В поэме XXVII в отношении Постумии Катулл употребляет выражение «ebrioso acino ebriosioris» – «пьянее пьяного винограда».

В поэме XLV состояние опьянения становится метафорой двойственной природы любви, одновременно благотворной и дезориентирующей. Поэма описывает любовное свидание девушки Акмы и юноши Септимия – Акма губами касается «пьяных» (очевидно, от любви) глаз Септимия («dulcis pueri ebrios ocellos»). Любовь, как вино, способна изменить восприятие и вызвать состояние эйфории. Сравнивая действие любви с действием вина, Катулл передает глубину и интенсивность чувств влюбленных.

Итак, на основе анализа поэм Катулла мы можем выделить ассоциативные ряды, в которые входит концепт «вино»: вино – веселье, вино – праздник, вино – трапеза, вино – Вакх, вино – опьянение. Поэтический образ вина собран из представлений древних римлян об отдыхе и развлечениях, о счастье, об общении, дружбе и любви. Вино в сознании читателя становится символом удовольствия, концепт используется для художественной интерпретации абстрактных понятий благополучия и свободы.

Одновременно вино использовалось для проведения встреч, собраний, торжеств, ритуалов и для приготовления блюд, в медицине, ежедневной профилактике заболеваний,

то есть являлось частью повседневности. Культурно-исторический уровень концепта «вино» в поэзии Катулла дает некоторое представление о месте вина в жизни римлянина.

Можно предположить, что действие поэмы XII, в которой Марруцин Азиний крадет у людей салфетки, происходит во время пира. Одно из названий римского пира – *convivium*. Это празднество включало в себя распитие вина, выступления артистов и рабов, застольные песни, состязания гостей и риторические конкурсы. Вообще, праздники были неотъемлемой частью жизни Рима, в первую очередь, религиозной. *Stativae* (ежегодные праздники с фиксированной датой), *consertivae* (ежегодные праздники с плавающей датой), *imperativae* (праздники, проводимые «по требованию», например, когда надо было выразить благодарность богам) – это публичные мероприятия, но существовали также и частные, проводимые в семье [Scullard, 1981, p. 38–39]. Римляне праздновали и пировали очень часто, празднества сопровождались большим количеством вина.

В поэмах XIII и L вино нужно для обеда с другом – очевидно, вино является необходимым атрибутом любой трапезы. В поэме XXVII вино Катулла должен налить мальчик – раб.

Лексико-семантический уровень концепта «вино» в поэзии Катулла выражен буквальным значением слова «вино»: под этим словом понимался напиток из винограда, приготовленный по особой технологии; цвет, вкус, крепость, качество вина были различны. Образно-символический уровень художественного концепта «вино» состоит из ассоциативных рядов, компонентом которых является концепт, поэтического образа и символического значения исследуемого концепта. Культурно-исторический уровень концепта «вино» отражает значение такого явления, как вино, в культуре римлянина и исторические особенности употребления вина. Таким образом, репрезентация художественного концепта «вино» в поэзии Катулла имеет разноуровневую структуру. Концепт «вино» у Катулла содержит информацию о различных ситуациях, связанных с употреблением вина в Древнем Риме.

Список литературы

1. Аскольдов, С. А. Концепт и слово // Русская речь. – 1928. – № 2. – С. 31.
2. Гай Валерий Катулл Веронский. Книга стихотворений. / Гай Валерий Катулл; пер. с лат. С. В. Шервинского – М. : Наука, 1986. – 304 с.
3. Gaius Valerius Catullus. Carmina // Perseus Digital Library : – URL : <https://www.perseus.tufts.edu/hopper/text?doc=Perseus:text:1999.02.0003> (дата обращения: 02.05.2024).
4. Grout, J. Wine and Rome // The University of Chicago. Encyclopedia Romana. NOTÆ : – URL : https://penelope.uchicago.edu/~grout/encyclopaedia_romana/wine/wine.html (дата обращения: 18.05.2024).
5. Nolan, O. What Did Ancient Roman Wine Taste Like? // Wine Spectator. – URL : <https://www.winespectator.com/articles/ancient-rome-wine-tasting> (дата обращения: 13.05.2024).
6. Plinius Maior. Naturalis historia. Liber XIV – Текст: электронный // The University of Chicago. – URL : https://penelope.uchicago.edu/Thayer/L/Roman/Texts/Pliny_the_Elder/14*.html (дата обращения: 08.05.2024).
7. Scullard, H.H. Festivals and Ceremonies of the Roman Republic / H. H. Scullard – Ithaca, New York : Cornell University Press, 1981 – 288 с.
8. Van Limbergen, D. Making wine in earthenware vessels: a comparative approach to Roman vinification // Cambridge University Press. – URL : <https://www.cambridge.org/core/journals/antiquity/article/making-wine-in-earthenware-vessels-a-comparative-approach-to-roman-vinification/21CE9DC73E121EE173E902625E9E559D> (дата обращения: 13.05.2024).

Г. Н. ГЫЛЫЖОВАТуркменский Государственный университет имени Махтумкули
(Ашгабат, Туркменистан)**ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОИЗВЕДЕНИИ
МАХТУМКУЛИ В ПЕРЕВОДЕ С ТУРКМЕНСКОГО НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК****LEXICO-GRAMMATICAL FEATURES OF MAGTYMGULY'S POETRY
TRANSLATION FROM TURKMEN INTO ENGLISH****Аннотация**

Один из сборников стихотворений Махтумкули на английском языке [«Собрание стихотворений Махтумкули. Ковершам», 1995] было издано в Великобритании. Книга содержит 40 стихотворений поэта в переводе на английский язык, введение, заключение и пояснительный словарь. В переводах на английский язык стихотворений поэта, в основном, мы обращаем внимание на лексико-грамматические конструкции и интонационные характеристики. С этой точки зрения при анализах можно увидеть особенности раскрытия содержания текста (контента). Конечно, в центре внимания остаётся разнообразие языковых структур. Как обобщение нескольких стихотворений в первую очередь рассматривается название стихотворения, а также характер перевода его первой строфы.

Annotation

One of the collections of Magtymguly's poems in English [“Collected poems of Magtymguly. Coversham”. 1995] was published in Great Britain. The book contains 40 poems by the poet translated into English, an introduction, a conclusion and an explanatory dictionary. In translations of the poet's poems into English, we mainly pay attention to lexical-grammatical structures and intonation characteristics. From this point of view, when analyzing, can see the features disclosing the content of the text (content). Of course, the focus remains on the diversity of linguistic structures. As a generalizations several poems, the title of the poem is first considered, as well as the nature of the translation of its first stanza, are first considered.

Ключевое слова: Махтумкули, анализ стихотворений поэта, лексико-грамматические конструкции.

Keywords: Magtymguly, analysis, poet's poems, lexical and grammatical constructions.

Один из сборников стихотворений Махтумкули на английском языке [«Собрание стихотворений Махтумкули. Ковершам», 1995] было издано в Великобритании. Книга содержит 40 стихотворений поэта в переводе на английский язык, введение, заключение и пояснительный словарь. В переводах на английский язык стихотворений поэта, в основном, мы обращаем внимание на лексико-грамматические конструкции и интонационные характеристики. С этой точки зрения при анализах можно увидеть особенности раскрытия содержания текста (контента). Конечно, в центре внимания остаётся разнообразие языковых структур. Как обобщение нескольких стихотворений в первую очередь рассматривается название стихотворения, а также характер перевода его первой строфы. Название (заголовки) и первый абзац прозаического или поэтического произведения являются «введением» произведения и служат началом того, о чем оно, т.е. о чем содержание стихотворения. В рамках статьи мы акцентируем внимание на анализе оригинального текста и перевода с учетом возможности комментирования первой строфы нескольких стихотворений (6, 7, 8, 9). Связь синтаксических и стилистических осо-

бенностей в поэзии со структурой стихотворения широко исследуется в научных трудах ученых филологов.

Стихотворение Махтумкули «Ызламаян болармы» переведено на английский язык под названием «Потеря», и в нем поэтически описывается, как живое существо оплакивает свою утрату, а боль сердца достигает наивысшего уровня. В стихотворении «Ызламаян болармы» это звучит так:

**Bir käkilik aldyrsa körpe balasyn,
Saýraý-saýraý yzlamaýan bolarmy?
Bir bilbil ýitirse gyzyl lälesin,
Hasratyndan sözlemeýen bolarmy?**

Первая строфа стихотворения состоит из двух предложений и образует два вопросительных предложения. Первая и третья строки – условные сложноподчинённые предложения; а второе и четвертое предложения представляют собой соответствующие главные предложения. Таким образом, синтаксические паузы в конце строки соответствуют разделению следующих сложноподчиненных предложений (4). Великий поэт, обращаясь к читателю с риторическими вопросами, ясно и художественно описывает реальность местности. В строках стихотворения наличие придаточного предложения перед главным подчеркивает значение главного предложения в речи и повышает его значение. Вопросительный тон также способствует гармоничной связности содержания. В этом переведённом на английский язык куплете стихотворения, имеются сходства синтаксической структуры и в строении сложных предложений, смысл передается полностью, синтаксическая просодия употребляется в паузах и восходящих интонациях общих вопросов. Эмфатический (усиливающий) характер «do» и «but» в английских вопросительных предложениях помогает подчеркнуть содержание:

«Loss»:

**Suppose a partridge loses chicks, can she
Do less than mourn her babes where they belong?
Suppose a nightingale should lose its red
Tulip, can it but sing its yearning song?**

В варианте на туркменском языке мы можем видеть пример первого предложения в условно-сложноподчинённом предложении, за которым следует придаточное предложение, образующее строки стихотворения поэта «Малы болмаса»:

**Goç ýigidiň ady çykamaz,
Döwleti, maýy bolmasa.
Endişeli iş bitirmez,
Meýdanda däli bolmasa.**

И здесь становится ясно, что вторая и четвертая строки подчёркиваются разделением с точки зрения содержания. В целом в туркменском языке появление придаточных предложений и предлогов в разной последовательности указывают на более сложное содержание последней части. Это обобщение (общность) является типологической характеристикой туркменского и английского языков. Структура и содержание определяют порядок слов в речи.

Рассмотрим перевод на туркменский и английский языки первой строфы стихотворения поэта «Ойленгин» («Женитьба») (Marrying) в связи с введением сложных предложений в стихотворенных строках:

**Ýigit halyň garrylyga
Salaýyn diýseň, öýlengin;
Kethudalyk endişesin
Kylaýyn diýseň, öýlengin.**

«Marrying»:

**If you're ambitious to sour your youth
And by age be harried –
Or if you yearn for a snowy white beard –
Go and get married!**

Сравнение строф или куплетов в языках является фактом того, что придаточные предложения стоят в начале, а главное в конце предложения, для обобщения и подчеркивания главного, также усиливает значение слова «ойленгин» («иди и женись») в стихотворении. Если на туркменском языке грамматическое значение выражается суффиксами («-се», «-б»), то на английском языке придаточное предложение передается с помощью союза «если», а главное предложение – словосочетанием (Иди и женись). Так, на туркменском языке два придаточных предложения встречаются в трех строках, а главное предложение только один раз в четвертой строке. В результате изменяются исходные гармоничность и ритмичность строк, увеличивается коммуникативная «значимость» последней строки (5). Если в строфе на туркменском вторая и четвертая строки рифмуются, то на английском языке остальные слова этих строк образуют гармоничную рифму. Эта особенность перевода приводит к тому, что слова четвертой строки произносятся громче и с большим ударением. Английская версия стихотворения Махтумкули «Докер Болдук Яшимыз», т. е. оно носит название «Увещевание во время трудности». Здесь оптимистическое отношение поэта к будущему, его вера в единство туркменского народа звучит как гимн. Первая строфа стихотворения гласит:

**Istär elden çyka döwlet humaýum,
Doga kylyp döker bolduk ýaşymyz;
Dilegim duş eýle gözel allahym!
Ersgin boldy, gitdi gyzylbaşymyz.**
«Exhortation in Time of Trouble»:
**My fortune seems to be taking wing.
Since we pray and rend our clothes
Fulfil our wishes O Great Lord,
The Kyzylbash have ruined everything.**

Когда мы сравниваем эти строки на туркменском и английском языках, мы видим общее сходство содержания. Поскольку синтаксические связи между словами на английском языке осуществляются преимущественно с помощью аналитических средств, мы наблюдаем отсутствие гармонии и ритма исходной формы. В туркменском языке рифмуются первая, третья, вторая и четвертая строки строфы, а в английской строфе только первая и четвертая строки образуют гармонию. В результате художественное качество перевода уступает оригиналу, т.е. исходному варианту. Стихотворение Махтумкули Фраги «Атамын» «Моего отца» можно назвать классическим отголоском размышлений великого поэта-мудреца о жизни после смерти отца и великом уважении к его отцу-Кибле.

**Altmyş ýaşda nowruz güni, luw ýyly
Turdy aýal, ýolun tusdy atamyň;
Bu dünýäniň işi beýlemiş, beli!
Ömrüniň tanapyn kesdi atamyň.**
«My Father»:
**In the Year of the Fish, Death came on Nowruz Day
To block my father's path in stark array
Papa was sixty-five then. So fate rules
Our world. Death struck-and took his breath away.**

Английское название этого стихотворения дано как «Мой отец», что четко определяет содержание стихотворения. Основная строфа этого стихотворения звучит так:

Altmyş ýaşda nowruz güni, luw ýyly

Turdy ajal, ýolun tusdy atamyň;

Bu dünýäniň işi beýlemiş, beli!

Ömrüniň tanapyn kesdi atamyň.

«My Father»:

In the Year of the Fish, Death came on Nowruz Day

To block my father's path in stark array

Papa was sixty-five then. So fate rules

Our world. Death struck-and took his breath away.

Если рассматривать сопоставительный анализ строф стихотворения «Атамын» на туркменском и английском языках, то содержание и созвучие строк исходного варианта в переводе малочисленны. В третьей и четвертой строках предложения разделены точками, меняющими ритм стихотворения. Также на структуру предложения и на гармонию строк влияет перевод с первой строки фразы «В шестьдесят лет» в третьей строке исходного варианта. Поскольку в переводе не проявляется гармония (рифма) туркменского слова «Атамын», содержание стихотворения носит комментированный (повествовательный) характер. Хотя строки 1, 2 и 4 рифмуются на английском языке, они отличаются от исходного варианта.

Также соотношения пауз внутри и в конце строки имеют различную характеристику. Можно сделать некоторые выводы относительно переводов стихов Махтумкули на английский язык. В туркменских поэтических строках, когда в придаточном предложении встречается порядок «придаточное предложение + главное предложение», каждая из них образует отдельную стихотворную строку, а в конце строки совершается пауза. Повышение основного тона в конце придаточного предложения и понижение в конце главного предложения являются общими для обоих языков, и эти лингвистические структуры обеспечивают связность содержания. Но в переводах стихотворений при изменении словесного строя и гармонии исходного текста содержание и художественный тон стихотворения заменяются описанием и комментарием.

Это ценное доказательство того, что переводческая работа в будущем должна совершенствоваться. Примером могут служить переводы стихотворений поэта «Ойленгин», «Атамын». Перевод стихов великого мыслителя и поэта Туркменистана Махтумкули Фрагы на иностранные языки сообщает о том, что его бессмертные произведения с большим энтузиазмом признаются народами мира. Еще большее значение имеет перевод стихов поэта на английский язык. Потому что английский язык, являясь международным языком, способствует распространению в мире размышлений и мечты поэта о высоком гуманизме, дружбе, братстве, человеколюбии и светлом будущем, а народы мира с большим уважением и достоинством к произведениям поэта. Это достойный вклад в реализацию поставленных Президентом Туркменистана задач по распространению нашей духовной культуры в мире, развитию дружественных отношений и сотрудничества со всеми странами.

Список литературы

1. Ахманова, О. С. Синтаксическая связь слов и диеремика в прозе и поэзии // Теория языка. Методы его исследования и преподавания. – М.: 1981.
2. Ахманова, О. С. Словарь лингвистических терминов. – М.: 1969.
3. Тынянов, Ю. Н. Проблемы стихотворного языка. – М.: 1956.
4. Щерба, Л. В. Фонетика французского языка. – Л.: 1939.

5. G. Nepesow. Türkmen diliniň stilistikasy. – Aşgabat: 2012.
6. Gurbanguly Berdimuhamedow. Ösüşin täze belentliklerine tarap. – Aşgabat, 2012.
7. Gurbanguly Berdimuhamedow. Söz akylyň şaýadydyr. «Türkmenistan» gazeti, 2014-nji ýylyň 1-nji fewraly.
8. Magtymguly. Saýlanan goşgular. – Aşgabat: 1977.
9. N. Nartyýew, M. Penjiýew, A. Myradow. Häzirki zaman türkmen dili. – Aşgabat: 1998.
10. The Collected Poems of Makhtumkuli, Caversham, 1995.

А. А. ДВОРКИНА

Челябинский государственный университет
(Челябинск, Россия)

ЯЗЫКОВОЙ ПОРТРЕТ МОРСКИХ ВОЛШЕБНЫХ СУЩЕСТВ В БРИТАНСКИХ СКАЗКАХ

A LINGUISTIC PORTRAIT OF MAGICAL SEA CREATURES IN BRITISH FAIRY TALES

Аннотация

Народные сказки – это неотъемлемая часть лингвокультуры. Они являются важным источником для изучения народных верований и суеверий. Основная черта британских народных сказок – это наличие в них представителей демонария, сверхъестественных существ, их влияние на жизнь человека. В данной статье проводится анализ языкового портрета морских волшебных существ в британских народных сказках. Автор статьи характеризует отражение волшебных персонажей в британской сказочной картине мира, отношение людей к ним. Автор приходит к выводу, что языковой портрет морских существ достаточно разнообразен в британской сказочной традиции. Они являются как положительными героями, готовыми к сотрудничеству с человеком, или нуждающимися в его помощи, так и отрицательными, способными на обман и убийство.

Abstract

Folk tales are an integral part of linguistic culture. They are an important source for studying folk beliefs and superstitions. The main feature of British folk tales is the presence in them of representatives of demonarium, supernatural beings, and their influence on human life. This article analyses the linguistic portrait of sea magic creatures in British folk tales. The author of the article characterizes the representation of magical characters in the British fairy tale picture of the world, people's attitude to them. The author comes to the conclusion that the linguistic portrait of sea creatures is quite diverse in the British fairy tale tradition. They are both positive characters, ready to co-operate with men or in need of their help, and negative, capable of deceit and murder.

Ключевые слова: британский демонарий, британский фольклор, волшебное существо, языковая картина мира, лингвокультура, народная сказка, языковой портрет.

Keywords: British demonarium, British folklore, magical creature, language world view, linguistic culture, folk tale, linguistic portrait.

Сказки объединяют в себе множество мифологических сюжетов. Их главной целью является раскрытие смысла повседневных явлений, не поддающихся объяснению. Сказки

отражают взгляды человека на нравственные ценности, семью, окружающий мир, труд, а также моделируют поведение, характеризующееся высокой степенью суеверности. Так, сказки Британских островов, берущие свое начало в кельтской мифологии, выражают национальное сознание народа, британский образ мысли.

Характерной чертой сказочного сюжета является сопряжение реальности и волшебства. Например, во многих сказках описывается взаимодействие человека и представителя британского демонария. В данной статье нам представляется возможным проанализировать языковой портрет морских волшебных существ в британских сказках.

В Британском фольклоре среди морских сверхъестественных существ преобладают русалки, описываемые как девушки неземной красоты с длинными светлыми волосами и рыбьим хвостом, способные выходить на сушу и принимать человеческий облик (*"a beautiful girl with fair hair"*, *"lovely face"*, *"mortal beauty"*). Также есть и водяные (merman), и дети. Однако встречаются и другие морские жители – kelpie (келпи – морские кони), silkee (шелки – тюлени, способные превращаться в людей на суше). Некоторые из них безобидны для человека, но олицетворяя собой нечто неизведанное, вселяют ужас. К тому же, по представлениям многих народов, вода – граница, разделяющая миры живых и мертвых, проводник в потусторонний мир из реального. В сказке *"The Old Man of Cury"* старик видит русалку, плачущую на берегу. По доброте он помогает ей вернуться в море во время отлива, за что она наделяет его даром врачевания [Hunt]. Известны сказки и о шелки. В шотландской сказке «Мак-Кодрам Тюлений» прекрасные русалки были превращены в толстых тюленей злой завистливой морской ведьмой, но не потеряли способность превращаться в прекрасных девушек и юношей на суше. В одну из таких девушек влюбляется рыбак, они становятся мужем и женой, но семья зовет сестру назад. Спустя долгие годы девушка возвращается домой, в море, оставив своего мужа и детей [Денисов, 2012, с. 86]. В другой шотландской сказке «Охотник и морской житель» моряк ранит тюленя, который оказывается шелки. Семья морского жителя забирает моряка (*"He was frightened when he saw that he had turned into a seal"*). Однако тюлени не убивают охотника, а просят спасти члена своей семьи, после чего отпускают и одаряют мужчину золотом, чтобы ему больше никогда не пришлось охотиться на тюленей [Денисов, 2012, с. 90].

Русалки, наоборот, способны околдовать смертного своей красотой и увести за собой в море. Как, например, в валлийской сказке *"The Shepherd of Myddvai"* пастух влюбляется в одну из трех сестер-русалок, вышедших на берег [Jacobs]. В ирландской сказке *"Connla and the Fairy-Maiden"* прекрасная морская дева околдовывает принца волшебным яблоком, после чего он уже не может забыть ее, несмотря на помощь друида. В конце дева забирает юношу в морскую страну (*"The Fairy Maiden and Connla went their way into the sea, and were no more seen, nor did any know where they went"*) [Jacobs]. В шотландской сказке *"The Young Laird of Lorntie"* русалка притворяется тонущей девушкой, чтобы утянуть на дно юношу, но его спасает слуга (*"That wailing madam was no other, God save us, than the mermaid"*) [Douglas]. В другой ирландской сказке *"The Mermaid's vengeance"* русалки показаны невероятно мстительными существами. О молодой девушке неземной красоты (*"Honour was very pretty as a girl, and, indeed, she retained much beauty as a woman"*, *"Her skin was beautifully white, and transparent to the blue veins which traced their ways beneath it"*), дочери пожилой пары, ходят слухи, что в младенчестве она была подменена ребенком русалки. Ненависть и страх перед девушкой вызывает также и ее нежелание ходить в церковь. Житель деревни подговаривает своего племянника опорочить девушку, вследствие чего она рождает прекрасного ребенка и умирает. Это вызывает гнев ее морских сестер, их все чаще замечают у берегов деревни. Русалки мстят всем, кто виноват в смерти девушки, топя их в воде, а молодого человека, отца

ребенка, соблазняют и забирают с собой в морское царство (*"He and his companion were pushed off the cliff on the top of a mountainous wave", "The waves were seen covered with a multitudinous crowd, they were tossing from one to the other the dying Walter Trewoofe, whose false heart thus endured the vengeance of the mermaid"*) [Hunt]. В шотландской сказке "The Mermaid on Knockdolion" русалка оказывается не менее мстительной. Каждую ночь она выходит на берег и поет песни, сидя на своем любимом камне, что заставляет плакать младенца, живущего в доме поблизости. Родители ребенка разбивают камень, но русалка, обнаружив это, вскоре убивает младенца (*"You may think of your cradle, I'll think of my stone; and there'll never be an heir to Knockdolion again"*) [Douglas].

Морские лошади (келпи) также являются частыми персонажами шотландского фольклора. Они способны принимать облик любого существа помимо лошади, в том числе и человека. Они околдовывают людей, просят их сесть им на спину и уносят в воду. В сказке «Море и Водяной Конь» существо описано как огромное черное чудовище с горящими глазами и рогами (*"The Water Horse was huge and black, two sharp satanic horns stuck out on its monstrous head"*), превращающееся в ворона, лису или старуху, однако никто точно не знает его внешнего вида, так как каждый, кому доводилось встретиться с монстром, погибал (*"It crept up on its prey in order to seize it and tear it mercilessly"*). В вышеупомянутой сказке келпи предстает девушке в виде красивого черноволосого юноши, который обманом пытается увести ее за собой, но она спасается [Денисов, 2012, с. 7]. В шотландской сказке "Nucklelavee" келпи описан как черный конь с лапами и плавниками (*"a great horse with flappers like fins about his legs, with a mouth as wide as a whale's, from whence came breath like steam from a brewing-kettle"*), он становится причиной гибели урожая и скота [Douglas]. В другой сказке «Водяной Конь и Водяной Бык» черный бык защищает девушку от келпи, однако наутро крестьяне находят израненное тело побежденного быка на берегу моря [Денисов, 2012, с. 15]. В "The Two Shepherds" келпи в облике человека пытается силой утащить пастуха в воду (*"When they went over the river, the big man put his hand under the shepherd's arm, and he began to drag the lad down to a loch that was there, against his will and strength"*) [Douglas]. В сказке "Graham of Morphie" семья обманом приручает келпи, заставляя его строить им замок. После освобождения келпи предрекает, что семью ждет череда бед [Douglas]. В сказке "The hour but not the man has come", имеющей похожий сюжет, келпи из мести топит лорда, поработившего существо.

Проанализировав британские народные сказки о морских волшебных существах, мы можем сказать, что языковой портрет изученных нами представителей британского демонария достаточно разнообразен. Некоторые русалки, а также шелки могут быть безобидными, благодарными и добродушными существами, готовыми к взаимной помощи с человеком. Однако большинство морских созданий являлись отрицательными персонажами сказок. В британской языковой картине мира русалки, чаще всего, коварные и мстительные существа, готовые совершить убийство за обиду одного из них. Келпи, в свою очередь, стали наиболее пугающими, опасными для жизни человека представителями морского мира. Таким образом, морские волшебные существа – важная составляющая традиции британской народной сказки и британской лингвокультуры.

Список литературы

1. Денисов, Ю. А. Шотландские народные сказки и предания / А. Ю. Денисов, Е. А. Александрович. – М. : ИЦ Москвоведение, 2012. – 112 с.
2. Douglas, G. B. Scottish Fairy and Folk Tales // Internet Archive : [официальный сайт]. – URL: <https://archive.org/details/scottishfairyfol00doug/page/n9/mode/2up> (дата обращения: 15.07.2024).

3. Hunt, R. Popular Romances of the West of England; or, The Drolls, Traditions, and Superstitions of Old Cornwall // Internet Archive : [официальный сайт]. – URL: <https://archive.org/details/popularromanceso00huntuoft/page/n5/mode/2up?q=richard> (дата обращения: 20.07.2024).

4. Jacobs, J. Celtic Fairy Tales // Internet Archive : [официальный сайт]. – URL: <https://archive.org/details/celticfairytales00jacorich/page/n3/mode/2up?view=theater> (дата обращения: 23.07.2024).

И. Ф. ЗАЛЯЛЕТДИНОВ

Казанский Федеральный университет
(Казань, Россия)

ЛЕКСИКО – СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОНОМАСТИЧЕСКИХ РЕАЛИЙ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ ДЖ. РОУИНГ О ГАРРИ ПОТТЕРЕ

LEXICO–SEMANTIC ANALYSIS OF ONOMASTIC REALITIES IN J. ROWLING’S WORKS ABOUT HARRY POTTER

Аннотация

Данная статья посвящена лексико – семантическому анализу реалий в произведениях о Гарри Поттере. В данной статье рассматриваются различные виды реалий: реалии – имена собственные, реалии – заклинания, реалии волшебного мира. Осуществлен лингвокультурологический анализ, который способствует нахождению более верного эквивалента в процессе перевода, а также семантический анализ реалий, позволяющий определить происхождение лексических единиц и их значение в рамках произведения. Немаловажным аспектом исследования было установление классификации реалий в произведениях художественной литературы, на основе которых мы осуществляли написание данной статьи. В рамках лексического анализа были проанализированы «говорящие» имена и фамилии и их перевод на русский язык. Были также рассмотрены авторские неологизмы, способы их образования и перевода на русский язык.

Annotation

This article is devoted to the lexical and semantic analysis of the realities in the works about Harry Potter. This article discusses various types of realities: realities – proper names, realities – spells, realities of the magical world. In this article has been carried out a linguistic and cultural analysis, which helps to find a more accurate equivalent in the translation process, as well as a semantic analysis of realities, which allows to determine the origin of lexical units and their meaning within the work. An important aspect of the study was the establishment of a classification of realities in works of fiction. As part of the lexical analysis, were analysed the “speaking” names and surnames and their translation into Russian. We analysed also the author’s neologisms, ways of their formation and translation into Russian.

Ключевые слова: реалии, лингвистика, семантика, имя собственное, лексико – семантический анализ

Keywords: realities, linguistics, semantics, proper name, lexico – semantic analysis.

Произведения фэнтези – литературы всегда обладают ярким лингвокультурологическим потенциалом. Это становится возможным, в первую очередь, благодаря реалиям,

которые существуют только в рамках данного произведения и неразрывно с ним ассоциируются. Само слово «реалия» происходит от латинского прилагательного множественного числа *realis, -e, realia* - «вещественный», «действительный», которое превратилось под влиянием аналогичных лексических категорий в существительное женского рода. Этим словом обозначают материально существующий или существовавший предмет, нередко связывая его по смыслу с понятием «жизнь»; [Вернигова, 2010, с. 137]. Однако, реалии представляют из себя более сложную структуру. Именно реалии являются ярким примером непереводаемых элементов текста [Влахов, 2014, с. 5].

В цикле произведений о Гарри Поттере можно выделить три вида реалий: реалии-имена собственные, реалии-заклинания, реалии волшебного мира. Что касается первой группы, то имена собственные могут не иметь семантической маркировки (Harry Potter, Ron Weasley), а могут содержать информацию, необходимую для понимания их характера и отношения самого автора к тем или иным персонажам (Neville Longbottom, Severus Snape) [Rowling, 2015, с. 35].

Реалии – заклинания в произведениях о Гарри Поттере представлены целиком и полностью по лекалам латинского языка. В наименовании заклинаний фигурируют классические для латыни окончания *-us, -os*, при этом их значение выводится из значения отдельно взятых слов в латинском языке. Заклинание *lumos* позволяет получить свет при помощи волшебной палочки, что согласуется с латинским аналогом *lux* со значением свет. Заклинание *diminuendo* способствует уменьшению размера предметов, что также выводится из латинского глагола, имеющего значение уменьшать, сбавлять.

Реалии волшебного мира формируют уникальную картину мира произведения, которая основывается на объектах и явлениях, присущих только данному сочинению. В силу того, что данный тип реалий представляет из себя авторские неологизмы, то их перевод осуществляется благодаря комплексному анализу целого произведения. В наименование *The Sorting Hat* использована лексическая единица *to sort*, означающая *сортировать, наводить порядок*, тем не менее слово одновременно восходит к французскому существительному *sort* со значением *участь, судьба*. Шляпа действительно не только распределяет учеников по разным факультетам, но и определяет их дальнейшую судьбу в зависимости от того, где им предстоит учиться.

Согласно лексическому значению реалии классифицируют на антропонимы, топонимы, мифонимы. Антропонимы в произведениях о Гарри Поттере могут подразделяться на индивидуальные и групповые. Носителей групповых антропонимов мы, как правило, отождествляем только по фамилиям, и в произведении они фигурируют только благодаря своей фамилии (Dursley, Malfoy). Зачастую данная стратегия применяется по отношению к отрицательным героям, когда необходимо продемонстрировать преемственность их характера, при этом в большинстве случаев групповые антропонимы усилены семантически, например, фамилия Malfoy восходит к французскому выражению *mauvaise fois*, то есть плохая вера [Оранский, 2003, с. 51].

Согласно ещё одной классификации, представленной Э. Б. Магазаником, реалии в произведениях художественной литературы классифицируются следующим образом [Магазаник, 1978, с. 20]:

- реалии, которые были привнесены в произведении без изменений из уже существующих в культуре, истории;
- реалии, исходная версия которых была видоизменена, но происхождение которых угадывается читателям и делает таким образом реалию доступной для расшифровки;
- реалии, которые являются всецело авторскими.

К первой группе можно отнести персонажа Nicolas Flamel (Николас Фламель). Он фигурирует в первом томе произведения как обладатель философского камня, однако

попытки самого Гарри Поттера разузнать больше информации об этом герое не увенчались успехом. Дело в том, что данный персонаж имеет своего прототипа, которого также звали Николая Фламеля. Он был одним из главных учёных, чья деятельность была связана с получением философского камня, поэтому отсылка в произведении к реальной исторической личности является оправданной.

Не менее важной группой реалий являются те, что не дают столь очевидного ответа на их происхождение, так как они предстают в произведении в измененном виде. Ярким примером может служить имя Remus Lupin (Римус Люпин). В данном случае осуществляется отсылка к одному из основателей Рима – Рему. При этом фамилия Люпин в переводе с латыни означает волк, что также дополняет образ, связанный с Ремом, который был вскормлен волчицей. Данный образ находит отклик и в самом произведении, так как Римус Люпин имел способность перевоплощаться в животных, в том числе и в волка.

В третью группу реалий относятся авторские неологизмы, которые зачастую образованы путем сложения корней и представляют из себя окказионализмы, то есть слова, существующие только в рамках данного литературного полотна. Изобретение новых слов оказывается оправданным при наименовании зелий, описание функционального значения которых возможно только с использованием языковой игры. Название зелья Polyjuice potion отсылает к его многофункциональному характеру благодаря греческой приставке *-poly* со значением много. На самом деле зелье является оборотным и позволяет перевоплощаться в любое существо. В русском эквиваленте принцип авторского неологизма сохранен не был, переводчик передал только функциональное значение зелья – Обратное зелье.

Данный метод является действенным и при наименовании волшебных существ, так как для более точной визуализации образа требуются дополнительные языковые средства. В имени животного Blast – ended Skrewt, с одной стороны, лексические единицы построены с учётом норм английского языка, тем не менее они не входят в состав словарных. Лексическая единица skrewt восходит к словарному слову skrew, имеющему значение болт, а составное слово blast – ended передает главное оружие животного – жальщий хвост. Однако, в русском переводе эквивалент получился гораздо более компактным – Соплохвост, при этом передающим основную характеристику животного.

Таким образом, на основе проведенного анализа мы выяснили, что реалии в фэнтези – литературе обладают большой значимостью. В большинстве случаев ономастические реалии, фамилии героев являются говорящими, то есть снабжают читателя необходимой информацией для понимания его характера и смысла произведения в целом, поэтому их перевод должен осуществляться с учетом анализа всего произведения. Мы рассмотрели также несколько классификаций реалий в литературных произведениях, которые свидетельствуют о том, что автор неизбежно обращается к элементам культуры прошлого, заимствует образы из истории, мифологии, искусства и путем переосмысления внедряет их в канву своей работы. Неотъемлемой частью произведений фэнтези–литературы являются авторские неологизмы, позволяющие дать читателю более точное описание описываемого объекта.

Список литературы

1. Бархударов, Л. С. Язык и перевод. – М.: Международные отношения, 1975. – 240 с.
2. Вернигова, В. А. Понятие реалии в современном переводоведении. – Альманах современной науки и образования. – 2010. – №3. – С. 137–141.
3. Виноградов, В. С. Введение в переводоведение. – М.: Просвещение, 2001. – 327 с.
4. Влахов, С. Непереводимое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. – М.: Р. Валент, 2014. – 408 с.

5. Комиссаров, В. Н. Современное переводоведение. – М.: ЭТС, 2002. – 424 с.
6. Литвинова, М. Гарри Поттер и философский камень (перевод). – М.: Махаон, 2004. – 240 с.
7. Магазаник, Э. Б. Ономапозитика или «говорящие имена» в литературе. – Т.: Фан, 1978. – 146 с.
8. Мосиенко, Л. В. Лингвокультурологическая проблема классификации реалий // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2005. – № 11. – С. 155–161.
9. Оранский, И. Гарри Поттер и Тайная комната (перевод). – М.: Росмэн, 2003. – 276 с.
10. Спивак, М. Гарри Поттер и узник Азкабана (перевод). – М.: Махаон, 2005. – 290 с.
11. Федоров, А. В. Основы общей теории перевода. – М.: Высшая школа, 1983. – 250 с.
12. Rowling, J. Harry Potter and the Chamber of Secrets. – L.: Bloomsbury, 2016. – 267 p.
13. Rowling, J. Harry Potter and the Philosopher's Stone. – L.: Bloomsbury, 2015. – 248 p.

О. С. ЗАХАРОВА

Санкт-Петербургский государственный университет
(Санкт-Петербург, Россия)

**СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ГЕДОНИСТИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ
В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ФУНДАМЕНТАЛЬНОМ АНАЛИТИЧЕСКОМ ОБЗОРЕ
ВАЛЮТНОГО РЫНКА**

**MEANS OF HEDONISTIC EVALUATION REPRESENTATION IN THE
ANGLOPHONE FUNDAMENTAL ANALYTICAL REVIEW OF THE FOREIGN
EXCHANGE MARKET**

Аннотация

Исследование нацелено на изучение способов репрезентации гедонистической оценки в англоязычном фундаментальном аналитическом обзоре валютного рынка. В статье определено понятие жанра аналитического обзора, охарактеризованы фундаментальный и технический типы анализа, а также соответствующие им виды обзоров. Приведено описание категории оценки, представлена классификация общих и частных оценочных значений, а также кратко отражена гедонистическая концепция оценки. Очерчена структура модальной рамки оценки, при этом дана краткая характеристика таким ее компонентам, как субъект и объект оценки. Проведенный анализ позволяет говорить о наличии в данном жанре гедонистических оценок, к основным средствам репрезентации которых отнесены существительные и прилагательные, выступающие в роли метафор и эпитетов, а также личные и неличные формы глаголов, выражающие внутреннее состояние и чувственный опыт человека.

Abstract

The study aims to explore means of hedonistic evaluation representation in an anglophone fundamental analytical review of the foreign exchange market. The article defines the concept of the genre of analytical review, describes the fundamental and technical types of analysis, as well as the types of reviews corresponding to them. The description of the evaluation category is given, the classification of general and particular evaluation is presented, and the hedonistic concept of evaluation is briefly reflected. The structure of the modal assessment framework is outlined, while a brief description of its components such as the subject and object of

assessment is given. The analysis suggests the presence of hedonistic assessments in this genre, the main means of representation of which include nouns and adjectives acting as metaphors and epithets, as well as personal and non-personal forms of verbs expressing the inner state and sensory experience of a person.

Ключевые слова: *англоязычный дискурс, аналитический обзор валютного рынка, фундаментальный аналитический обзор, категория оценки, гедонистическая оценка, репрезентация гедонистической оценки.*

Keywords: *anglophone discourse, analytical review of the foreign exchange market, fundamental analytical review, evaluation category, hedonistic evaluation, hedonistic evaluation representation.*

В качестве предмета рассмотрения в данной статье выступают средства языковой репрезентации гедонистической оценки в жанре англоязычного фундаментального аналитического обзора валютного рынка, изучаемые на материале текстов, публикуемых на сайте делового журнала “The Economist”, одного из СМИ Великобритании. Актуальность выбранной темы объясняется экономическим, политическим и социальным влиянием аналитических обзоров валютного рынка на жизнь современного общества.

Жанр аналитического обзора нацелен на информирование аудитории о происходящих событиях с применением аналитического комментария. В зависимости от тематической направленности выделяют политические, экономические, спортивные, сельскохозяйственные, культурные и иные обзоры [Ворошилов 2000], что позволяет говорить о жанре аналитического обзора валютного рынка, когда объектом анализа становятся валютные рынки, их участники, движение и динамика валют относительно друг друга. При этом, существуют два подхода к аналитике: фундаментальный и технический, на основании которых выделяют соответствующие виды обзоров. При фундаментальном анализе в основе прогнозирования стоимости ценных бумаг и валют лежит изучение экономических показателей компаний, отраслей и государств, в то время как при техническом анализе прогноз будущего движения цен строится на основании их поведения в прошлом, при этом движение цен на определенном промежутке времени исследуется, как правило, без выявления причин. С его помощью можно отследить колебания рыночной стоимости и определить ее возможный рост или падение [Швагер, 2003; Thomsett, 2006].

В когнитивной лингвистике категория оценки рассматривается как деятельность по освоению ценности объекта, связанная с процессом познания человеком окружающей действительности [Петухова, Хомякова 2020; Шутёмова, 2022а]. Оценка подвергается вербализации и проявляется в языке, в речи, что позволяет описать ее как «совокупность разноуровневых языковых единиц, объединенных оценочной семантикой и выражающих положительное или отрицательное отношение автора к содержанию речи» [Баженова, 2003, с. 139].

Реализуясь в контексте, оценка обретает состоящую из ряда обязательных и факультативных элементов структуру, называемую модальной рамкой, которая характеризуется универсальностью, поскольку «при оценке всегда в той или иной форме присутствует субъект и объект, в любом языке оценка подразумевает присутствие шкалы и стереотипов, аксиологических предикатов, интенсификаторов и т. п.» [Вольф 1985, с. 11]. Компоненты модальной рамки бывают имплицитными и эксплицитными, при этом субъект оценки может быть индивидуальным или коллективным [Вольф 1985, с. 67].

На общеоценочной шкале традиционно выделяют такие виды оценки, как позитивная, нейтральная и негативная [Арутюнова, 1998; Баженова, 2003; Петухова, Хомякова, 2020; Шутёмова, 2022б]. Классификация частнооценочных значений, предложенная

Н. Д. Арутюновой, признана наиболее комплексной и точной. В зависимости от характера основания оценки ею выделены три группы частнооценочных значений: сенсорные, сублимированные и рационалистические. Группа сенсорных оценок включает сенсорно-вкусовые или гедонистические, а также психологические оценки, которые, в свою очередь, делятся на эмоциональные и интеллектуальные. В группе сублимированных оценок выделяют оценки эстетические и этические. Рационалистические оценки охватывают категории утилитарных, нормативных и телеологических оценок.

Опираясь на труды философов, в том числе Дж. Локка, Н. Д. Арутюнова говорит о гедонистической концепции оценки, поскольку в основе определения хорошего и плохого лежит осознаваемый чувственный опыт человека. Так, хорошим считается то, что доставляет удовольствие, а плохим – то, что причиняет страдания [Арутюнова, 1999, с. 139–141]. С этой точки зрения жанр аналитического обзора валютного рынка представляет особый интерес для изучения, поскольку он оперирует такими абстрактными категориями, как курс валютной пары, финансовые показатели и индексы, которые, на первый взгляд, не могут становиться прямой причиной страдания или наслаждения для человека. Однако, результаты исследования позволяют говорить о наличии сенсорно-вкусовых или гедонистических оценок в анализируемом жанре, к способам репрезентации которых можно отнести существительные (*revulsion, roach, mosquitoes*), часто подвергающиеся метафорическому переосмыслению, и прилагательные (*instinctive, safe*), выступающие в роли эпитетов, а также личные и неличные формы глаголов (*spy, decaying*). Проиллюстрируем сказанное на примере фрагмента фундаментального аналитического обзора, опубликованного от имени редакции журнала “The Economist”:

*Many feel **instinctive revulsion** when they **spy** a **roach**. But **in spite of their flaws**, the **bugs** have **uses** – they turn decaying matter into nutrients and eat other pests, such as mosquitoes. Crypto has its **uses, too**, such as portfolio diversification and keeping money safe under despotic regimes. And, as has been shown, it is **just about impossible to kill** [The Economist, 2023].*

В данном контексте субъект оценки коллективный, при этом он не выражен эксплицитно. Объектом оценки выступает явление криптовалюты как таковое, его достоинства и недостатки. Стоит отметить, что в выбранном тексте можно наблюдать интересный прием, когда положительная оценка дается через отрицательную. Так, негативное отношение репрезентируется посредством существительного *revulsion*, объективирующего чувство неприязни и отвращения: *a strong, often sudden, feeling that something is extremely unpleasant* [CD]. Естественность такого рода ощущений подчеркивается прилагательным *instinctive*, в значении которого присутствуют семы отсутствия притворства, первичности и натуральности: *instinctive behaviour or reactions are not thought about, planned, or developed by training; (of behavior or actions) not thought about, planned, or learned* [CD]. Сравнение криптовалюты с тараканом, сигнификатором которого становится существительное *roach* с отрицательной семантикой: *a cockroach (= a large brown insect with wings, that lives in houses, especially where there is dirt* [OD] является проявлением антипатии к виртуальной валюте. Неприязненное, настороженное отношение к биткоином и его аналогам подтверждается выбором глагола *spy* из всего его синонимического ряда глаголов с разнообразными семами в значении. Значение данного глагола содержит семы незаконности, охоты и слежения: *to collect secret information about another country, organization or person; to suddenly see or notice somebody/something* [OD], проявляющиеся в унисон с общим отрицательным отношением к криптовалюте. Выбор лексических единиц, выражающих внутреннее состояние человека, его ощущения и чувственный опыт, позволяет говорить о гедонистической оценке в выбранном контексте.

Далее следует экспликация, описывающая благотворные функции, выполняемые даже такими несимпатичными насекомыми как тараканы. Референцией подобных плю-

сов становится существительное в форме множественного числа *uses* с семами полезности: *a purpose for which something is used; a way in which something is or can be used* [OD]. Следствием сравнения неприязненных ощущений относительно тараканов и криптовалюты становится аналогия между ними и в позитивном ключе, которая достигается путем повторения существительного множественного числа *uses* в сочетании с наречием *too*, содержащим семы повторяемости и сходства: *also; as well* [OD], и выступающим в роли интенсификатора.

Таким образом, оценка виртуальной валюты обретает телеологический характер и оказывается в положительной зоне, что подтверждается ее заключительной характеристикой как удивительно жизнеспособной: *just about impossible to kill*, где негативное значение неличной формы глагола, инфинитива *to kill* с семами смерти и насильственности: *to cause someone or something to die* [CD] переводится в зону положительной оценочности при помощи прилагательного *impossible*, указывающего на невозможность или сложность чего-либо: *if an action or event is impossible, it cannot happen or be achieved; an impossible situation is extremely difficult to deal with or solve* [CD]. Такое свойство подвергается усилению сочетанием наречий *just*, выполняющего роль интенсификатора: *used to make a statement or order stronger* [CD], и *about* в значении *almost* [CD] с аналогичной функцией в высказывании.

Анализ показал наличие в жанре англоязычного фундаментального аналитического обзора валютного рынка гедонистических оценок. Объектом отрицательной гедонистической оценки может становиться, например, новый вид денежных средств, пугающий неизвестными последствиями своего применения, а объектом положительной – полезные функции, выполняемые криптовалютой. Гедонистические оценки могут актуализироваться существительными и прилагательными, выступающими в роли метафор и эпитетов, а также личных и неличных форм глаголов, часто подвергающихся метафорическому переосмыслению и передающих ощущения и внутреннее состояние человека.

Список литературы

1. Арутюнова, Н. Д. Язык и мир человека. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
2. Арутюнова, Н. Д. Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт. – М.: Наука, 1998. – 338 с.
3. Баженова, Е. А. Категория оценки // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. – М.: Флинта: Наука, 2003. – С. 139–146.
4. Ворошилов, В. В. Журналистика. Базовый курс. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2000. – 174 с.
5. Петухова, Т. И. Новое знание и биполярность оценочной интерпретации изобразительного искусства соцреализма в англоязычном искусствоведческом дискурсе / Т. И. Петухова, Е. Г. Хомякова // Вопросы когнитивной лингвистики. 2020. – № 4. – С. 53–63.
6. Швагер, Д. Технический анализ: полный курс. – СПб.: 2003. – 86 с.
7. Шутёмова, Н. В. Виды экспертной оценки творчества И. Наховой в англоязычном искусствоведческом дискурсе // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2022а. – Том 14, вып. 3. – С. 56–68.
8. Шутёмова, Н. В. Параметр значимости в реализации категории оценки в искусствоведческом дискурсе // Когнитивные исследования языка. 2022б. – № 3. – С. 469–472.
9. CD. Cambridge Dictionary. – URL: <https://dictionary.cambridge.org> (дата обращения: 11.08.2024).

10. Economist. Why bitcoin is up by almost 150% this year. Introducing the cockroach theory of crypt. 18.12.2023. URL: <https://www.economist.com/finance-and-economics/2023/12/18/why-bitcoin-is-up-by-almost-150-this-year> (дата обращения: 11.04.2024).

11. OD. Oxford Dictionary. – URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com> (дата обращения: 11.08.2024).

12. Thomsett, Michael C. Getting Started with fundamental analysis. / Michael C. Thomsett. – Hoboken, N. J.: John Wiley & Sons, Inc., 2006. – 224 p.

Л. В. НИКОЛАЕВА, А. М. КИРИЛИНА

Самарский национальный исследовательский университет
им. академика С. П. Королева
(Самара, Россия)

ЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОБРАЗА ЖЕНЩИНЫ В РОМАНЕ «LITTLE WOMEN»

LINGUISTIC REPRESENTATION OF THE IMAGE OF A WOMAN IN THE NOVEL «LITTLE WOMEN»

Аннотация

Образ «викторианской женщины», который характеризовал милую, кроткую и скромную хранительницу домашнего очага, широко использовался на протяжении всего XIX столетия в англосаксонских странах и в США. Но в середине века модель женственности стала претерпевать значительные изменения. С появлением специальных учебных заведений для женщин многие, желая стать более независимыми, стремились получить образование, найти работу, самореализоваться. Статья посвящена анализу портрета героини романа американской писательницы Луизы Мэй Олкотт «Little women». Элизабет Марч – представительница викторианской эпохи. Хотя ее образ имеет большое количество сходств с портретом «викторианской женщины», в нем также присутствуют важные отличия. В статье психологические и личностные качества героини проанализированы на основе языковых особенностей ее реплик.

Abstract

The image of the «Victorian woman», which characterized the nice, mild and modest keeper of the hearth, was widely used throughout the XIX century in Anglo-Saxon countries and in the USA. But in the middle of the century, the model of femininity began to undergo significant changes. With the advent of special educational institutions for women, many of them, wishing to become more independent, aimed to get an education, find a job, self-actualize. The article is devoted to the analysis of the character's portrait in the novel «Little Women» by American writer Louise May Alcott. Elizabeth March is a representative of the Victorian era. Although her image has a lot of similarities with the portrait of a «Victorian woman», there are also some important differences. In the article, character's psychological and personal qualities are analyzed on the basis of the linguistic features of her replicas.

Ключевые слова: женский образ, языковая репрезентация, роман «Little Women», викторианская эпоха, «викторианская женщина», реплика, глагол, прилагательное, фразеологизм.

Keywords: female image, linguistic representation, novel «Little Women», Victorian era, «Victorian woman», replica, verb, adjective, idiom.

В XIX веке на территории Америки большое внимание было уделено решению «женского вопроса», который привлек к поиску решения большинство авторов того периода. Популярность художественных произведений, которые читали представительницы прекрасного пола, продемонстрировала изменение женского образа, раскрыла его с другой стороны, добавила новые черты. Авторы стремились показать жизненный путь героинь, их реализацию в творчестве и труде.

Одним из примеров женской литературы стало произведение известной писательницы Америки Луизы Мэй Олкотт, роман «Little Women». Эта книга была на тот момент источником, который отобразил изменения образа женщины. Автор постаралась придать портрету каждой героини четкие детали и смыслы для того, чтобы составить более яркое описание характера действующих лиц и показать особенности того времени, в котором они жили. Известно, что для Луизы Мэй Олкотт важную роль в жизни играла семья, ее традиции и ценности, которым она всегда старалась следовать. Несмотря на это, автор также поддерживала идею о создании учебных заведений для женщин, возможности появления у представительниц «слабого пола» самостоятельного выбора для получения образования и реализации своих талантов. В произведении все сестры семьи Марч образованны и целеустремленны. Они пытаются найти свой собственный путь и смысл жизни. Главная цель девочек – стать независимыми и счастливыми.

Образ в романе «Little women» формируется на основе нескольких составляющих. К ним следует отнести пол, возраст, характер, внешность, социальное положение, поступки. Кроме того, важную роль в составлении портрета героев играют их речь, интонация и мимика, которые они используют в своих репликах. Языковые особенности и их лингвистическое оформление помогают воплотить главные идеи и мотивы каждого персонажа, определить основные качества и черты характера, раскрыть их внешний и внутренний мир. За счет этого автор подчеркивает индивидуальность всех действующих лиц произведения, раскрывает их как разносторонне развитых личностей.

В начале XIX столетия во многих странах был распространен «культ домашнего очага» и образ «викторианской женщины», милой, кроткой и скромной девушки. Причем, черты викторианской эпохи преобладали не только в Великобритании и других англосаксонских странах. Они также присутствовали в культуре западных стран, например, США. Представительницы женского пола в Америке были олицетворением сохранения теплой и уютной обстановки в кругу всех членов семьи.

Примером такого образа является Элизабет Марч, одна из героинь романа «Little women». Бет или Бесс, как ее ласково называли в кругу семьи, никогда не бездельничает, помогает по хозяйству, что отображено в некоторых фразах из характеристики героини, которую дает Луиза Мэй Олкотт: *to keep home neat and comfortable*. Выбранная фраза доказывает стремление девушки содержать дом в чистоте и порядке, создавать уют для своей семьи. Также это показано в реплике, где писательница проводит линию сравнения и описывает героиню как *a housewifely little creature*, что говорит о ее усидчивости и хозяйственности, несмотря на юный возраст. Для описания ее портрета автор применяет идиому *a busy bee* вследствие того, что пчелы всегда ассоциируются с трудолюбием и порядком. Стоит отметить, что эти черты соответствуют характеру девушки викторианской эпохи.

«...*She was by nature a busy bee...*» [Alcott, 2006, с. 45];

«...*She was a housewifely little creature, and helped Hannah keep home neat and comfortable for the workers, never thinking of any reward but to be loved...*» [Alcott, 2006, с. 45].

Семья для Элизабет стоит на первом месте. Родители и сестры – это ее главная ценность. Бет старается заботиться о родных и стремится всегда быть рядом с ними. В связи

с этим, в репликах героини делается акцент на ее отношении к родителям, любви и уважении к ним. Лингвистические единицы *Mother* и *Father* имеют нестандартное написание: они начинаются с заглавной буквы, тем самым выполняют роль имени собственного. Бет видит свое предназначение в заботе о близких – *to stay at home safe with Father and Mother and help take care of the family*. Таким образом, автор подчеркивает, что родные и близкие люди – это смысл жизни для героини. В викторианскую эпоху именно семья, семейные традиции и ценности были основой идеальной модели государства, и люди стремились поддерживать «культ домашнего очага».

«...*Mine is to stay at home safe with Father and Mother, and take care of the family, – said Beth contentedly...*» [Alcott, 2006, с. 173].

В XIX веке считалось, что в характере представительниц «слабого пола» в отличие от мужчин преобладают некоторые черты, к которым относились смирение, сочувствие, стремление к миру. Эти качества присутствуют в характере Элизабет Марч. Бет – это героиня произведения, которая вызывает только положительные эмоции и ассоциации. В кругу семьи у нее есть ласковое прозвище – «Little Miss Tranquility» или «Маленькая Мисс Спокойствие». В описании характера героини присутствуют следующие прилагательные: *shy, timid, peaceful*, которые акцентируют внимание на мягком и кротком характере девушки и помогают составить идеальный образ женщины викторианской эпохи. Таким образом, отражается умиротворенное состояние и спокойная красота ее души.

«...*Elizabeth, or Beth, as everyone called her, was a rosy, smooth-haired, bright-eyed girl of thirteen, with a shy manner, a timid voice, and a peaceful expression which was seldom disturbed...*» [Alcott, 2006, с. 11];

«...*Her father called her «Little Miss Tranquility», and the name suited her excellently, for she seemed to live in a happy world of her own, only venturing out to meet the few whom she trusted and loved*» [Alcott, 2006, с. 11].

Луиза Мэй Олкотт характеризует Бесс как *peacemaker*, человека, который умеет подобрать правильные слова, найти компромисс и прийти к мирному соглашению в любой ситуации. Именно поэтому можно сказать, что Бет – настоящее воплощение скромности, искренности и доброты. Эти черты характера иллюстрируют реплики, которые героиня произносит медленно, спокойно, полупшепотом или с небольшой неуверенностью в голосе. В них присутствуют такие глаголы, как *to ask, to say with a little sigh, to tremble*. Элизабет всегда боится показаться невоспитанной, что выражается при помощи деэпричастного оборота *fearing to be rude* и преобладание в речи модального глагола *may* для вежливого выражения просьбы.

«...*I'm Beth, I love it dearly, and I'll come if you are quite sure nobody will hear me, and be disturbed, – she added, fearing to be rude, and trembling at her own boldness as she spoke...*» [Alcott, 2006, с. 74];

«...*I planned to spend mine in new music, – said Beth, with a little sigh, which no one heard but the hearth brush and kettle-holder...*» [Alcott, 2006, с. 6];

«...*Birds in their little nests agree, – sang Beth, the peacemaker, with such a funny face that both sharp voices softened to a laugh, and the “pecking” ended for that time...*» [Alcott, 2006, с. 7];

«...*May I go and help carry the things to the poor little children? – asked Beth eagerly...*» [Alcott, 2006, с. 21].

В конце XIX столетия в обществе случились перемены, связанные с моделями и установками женственности. Это осознавали и сами женщины, которые стремились быть более самостоятельными и независимыми, а также государство, где после окончания Гражданской войны произошли важные изменения. Возрастающее желание женщин найти себя, свое место в обществе и понять дальнейший путь саморазвития было доста-

точно непросто из-за отсутствия возможности получить достойное образование. В связи с этим, в Америке после окончания военных событий в 1865 году наблюдался быстрый уровень увеличения образовательных учреждений и довольно значительный рост образованности в кругу женщин.

Исследуя образ героини, следует отметить, что Бет обожает музыку. Данная характеристика выражена словосочетанием *to love music so dearly*, где частица *so* усиливает эмоциональную окраску наречия *dearly*, подчеркивая важность музыки в жизни девушки. Она очень усердно старается разучивать гаммы, что иногда дается не очень просто. Для этого Луиза Мэй Олкотт использует словосочетания *to try so hard* и *to practice away so patiently*, которые помогают отобразить в характере Элизабет такие качества, как усердие и целеустремленность. На основе описания портрета героини можно прийти к выводу о том, что, кроме ведения домашнего хозяйства, для Бесс было важно уделять время любимому занятию и совершенствованию своих навыков. Занятия музыкой – это второе дыхание, которое наполняет ее жизнь смыслом. Как и любая женщина викторианской эпохи, Элизабет понимает, что ее предназначение не ограничивается только стенами дома, и у нее есть возможность для развития творческих способностей.

«...*She loved music so dearly, tried so hard to learn, and practiced away so patiently at the jingling old instrument, that it did seem as if someone (not to hint Aunt March) ought to help her...*» [Alcott, 2006, с. 46].

К учебе девушка также относится ответственно, понимая важную роль образования и его необходимость в жизни. В своей речи она применяет устойчивое выражение *to do the best*, что доказывает ее прилежность, старательность и стремление к самосовершенствованию.

«...*Beth was too bashful to go to school. It had been tried, but she suffered so much that it was given up, and she did her lessons at home with her father. Even when he went away, and her mother was called to devote her skill and energy to Soldiers' Aid Societies, Beth went faithfully on by herself and did the best she could...*» [Alcott, 2006, с. 45].

Таким образом, можно прийти к выводу, что Элизабет Марч является воплощением образа ангела, светлой и теплой натуры. В ее портрете преобладает кроткий нрав, она олицетворяет домашний уют, спокойствие и смирение. Бесс не отличается от женского стереотипа викторианской эпохи. В ее характере присутствуют качества, присущие представительницам женского пола того времени: кротость, доброта, послушность и терпение. Однако тот факт, что она получает образование, пусть и в домашних условиях, старается развивать свой талант в области музыки, показывает, что ее образ изменяется вслед за преобразованиями, происходящими в обществе на протяжении XIX века. Бет пытается найти себя в другой сфере, помимо ведения домашнего хозяйства и поддержания уюта в доме, стремится сделать собственный выбор и самостоятельно отыскать свой жизненный путь.

Список литературы

1. Овчаренко, А. О. Особенности социализации женщин в США (рубеж XIX-XX вв.) // Исторический журнал: научные исследования. – 2020. – №5. – С. 136-146. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-sotsializatsii-zhenschin-v-ssha-rubezh-xix-xx-vv> (дата обращения: 11.06.2024).
2. Порошина, К. И. Преломление традиционных гендерных представлений в романе Л. М. Олкотт «Маленькие женщины» // Littera terra : Материалы X Междунар. конф. молодых ученых; под общей редакцией И. А. Семухина. – Екатеринбург: 2022. – Вып. 16, ч. 1. – С. 81–86.

3. Фуйзайлова, В. Б. Специфика изображения женских характеров в романе Луизы Мэй Олкотт «Маленькие женщины» // Молодой ученый. – 2020. – №38 (328). – С. 211–213.
4. Хабовец, Е. А. Способы характеристики персонажей в романе Л. М. Олкотт «Маленькие женщины» / Вопросы современной филологии и теории обучения иностранным языкам : Сборник тезисов I Междунар. студенческой конф. / Гос образ. учреждение высш. образования Московской обл. «Гос. социально-гуманитарный ун-т»; под общей редакцией Н. И. Хомутской, Ю. С. Черняковой. – Коломна : РКП, 2022. – Ч. II. – С. 359–364.
5. Шалимова, Н. С. Тема духовного становления героинь в романе Л. М. Олкотт «Маленькие женщины» // Russian Linguistic Bulletin. – 2023. – №12 (48). – URL: <https://rulb.org/archive/12-48-2023-december/10.18454/RULB.2023.48.6> (дата обращения: 11.06.2024).
6. Alcott, Louisa May. Little women / Louisa May Alcott. – М. : Jupiter-inter, 2006. – 267 с.

С. А. КРАМАРЕНКО

Пятигорский государственный университет
(Пятигорск, Россия)

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ В ОСВЕЩЕНИИ СОБЫТИЙ АРАБСКОЙ ВЕСНЫ (НА МАТЕРИАЛАХ АНГЛО- И АРАБОЯЗЫЧНЫХ СМИ)

LINGUISTIC AND CULTURAL ASPECTS IN THE COVERAGE OF THE ARAB SPRING'S EVENTS (BASED ON THE MATERIALS OF ENGLISH AND ARABIC-SPEAKING MEDIA)

Аннотация

Язык и культура – два взаимосвязанных феномена. Язык – это ключ к пониманию и передаче культурных ценностей и исторического контекста. Протестные и революционные движения периода Арабской весны освещались различными СМИ, включая арабоязычного гиганта Al Jazeera и англоязычными новостными компаниями, такими как BBC, CNN и The New York Times. Языковые средства, используемые этими медиа, отражали культурные особенности: арабоязычные СМИ делали акцент на эмоциональных связях, метафорах и символических выражениях, чтобы передать значимость восстаний, в то время как англоязычные СМИ делали акцент на аналитических описаниях и международных политических последствиях. Использование цитат, риторических стратегий и невербальных элементов, таких как жесты и мимика, также сыграло решающую роль в формировании восприятия событий.

Abstract

Language and culture are two interrelated phenomena. Language is the key to understand cultural values and historical context and its transferring. Various media covered the protests and revolutionary movements of the Arab Spring period, including the Arabic-speaking company Al Jazeera and English-language news companies such as the BBC, CNN and The New York Times. They used the language that reflected cultural characteristics. For example, Arabic-speaking media emphasized emotional connections, metaphors and symbolic expressions to convey the significance of the uprisings, while English-speaking media emphasized analytical descriptions and international political implications. Quotations, rhetorical strategies and non-verbal elements such as gestures and facial expressions also played a crucial role in perception of events.

Ключевые слова: язык, культура, Арабская весна, освещение, СМИ, информационная война, восприятие, англоязычный, арабоязычный.

Keywords: language, culture, Arab Spring, coverage, media, information warfare, perception, English-speaking, Arabic-speaking.

Язык играет непреходящую роль в формировании культуры и отражении духовных ценностей народа. Он служит не только средством общения, но и является ключевым компонентом культурного выражения. Отношения между культурой и языком можно рассматривать с двух сторон.

Во-первых, язык воспринимается как неотъемлемая часть культуры. В этом случае язык рассматривается как важный компонент, который способствует сохранению и передаче культурных ценностей. Особенно это заметно в литературной форме языка и диалектах, где слова и выражения являются средством трансляции культурных особенностей и идентичности народа. Важно отметить, что язык и культура не являются взаимозаменяемыми понятиями, поскольку культура включает в себя и другие аспекты, такие как искусство, обычаи, традиции и т. д.

Во-вторых, язык рассматривается как самостоятельная единица, независимая от культурного контекста. Эта точка зрения предполагает анализ языка как феномена, который имеет собственные законы функционирования и развития. Лингвокультурология, как научная дисциплина, исследует связь между языком и культурой, а также роль языка в формировании мировоззрения и самосознания индивида. Язык, особенно его дискурсивная функция, играет важную роль в восприятии и понимании окружающей действительности. [Малхазова, 2015, с.134–135].

События Арабской весны представляют собой серию антиправительственных протестов, восстаний, вооруженных столкновений, которые прокатились по странам Ближнего Востока и Северной Африки в начале 2010-х годов. Такие масштабные действия не могли не отразиться на языке. В ходе протестов и революций, начавшихся в 2010 году, внимание к языковым нюансам, культурным символам и риторическим стратегиям в освещении этих событий стало особенно актуальным.

Пропаганда и психологическая война давно являются неотъемлемой частью вооруженных конфликтов. Однако с появлением информационного пространства и развитием средств массовой коммуникации, роль языка как инструмента борьбы значительно усилилась. Сегодня интернет, телевидение, радио и газеты являются мощными источниками информации, которая анализируется, комментируется и распространяется.

Одной из важных фигур в информационной войне стала телекомпания Al Jazeera. Она занимает особое место, так как не только вещает на арабском языке, но и на английском. Такой выбор был обусловлен несколькими факторами: стремление породить симпатию к проблемам региона как со стороны восточного мира, так и западного, а также стремление расширить спектр распространения информации.

Al Jazeera известна своей «независимостью» и активностью в освещении конфликтов и событий на Ближнем Востоке (как показала дальнейшая практика, таковой не является). [Грабельников, Дерхами, 2015, с.76] Ее журналисты осуществляют репортажи из горячих точек, проводят интервью с ключевыми фигурами и предоставляют разные точки зрения на происходящее. Это делает ее источником информации, который не только информирует, но и формирует общественное мнение.

Однако стоит отметить, что в информационной войне часто используются различные манипуляционные техники и средства пропаганды. Целью таких действий является изменение восприятия и мнения общественности в пользу одной из сторон конфликта.

Так, телекомпания использовала целый ряд терминов, при обозначении событий тех лет:

Революция в регионе	Athawrah fi al-mintakati	قوطنملا يف ةروثلا
Движение за изменение	Harakat al-taghyir	رييغتلا ةكرح
Арабское пробуждение		
Арабская весна	Ar-rabi' al-'arabiu	يبرعلا عيبرلا
Панарабская революция	Athawrah al-'arabiyah	ةيبرعلا ةروثلا

Что касается англоязычных информационных гигантов, таких как BBC, CNN и The New York Times, то они в целом использовали лишь один термин - Arab Spring, которое появилось в результате калькирования. Использование слова «весна» было неслучайным в двух совершенно разных культурах. Весна стала символическим обозначением перехода от старого, авторитарного режима к новым, более демократическим возможностям, которые стали появляться в результате восстаний и переворотов.

В русле освещения революционных движений, язык повествования в арабоязычных и англоязычных СМИ значительно отличался. Теле- и радиоканалы Ближнего Востока освещали события не только на литературном арабском языке (АЛЯ), но и на диалектах. Во времена коренных перемен диглоссия, присущая АЛЯ, стала средством идентичности арабской личности. Ближневосточные медиа, переходя с синтетической формы языка на аналитическую, стремились подчеркнуть национальные традиции и исторический контекст.

Так, например, на фоне революционных событий в Египте в обиход вошло новое слово и производный от него глагол:

ي ج طلب	ج طلب
Baltaji	Baltaja

Слово, о котором идет речь, в египетском диалекте АЯ приобрело значение «совершать противозаконные действия, посягать на что-либо». Эта трактовка отсутствует в классических арабских словарях, что объясняется его историческим происхождением.

Для понимания трансформации значения нужно обратиться к периоду османского владычества в Египте. В те времена слово «baltaji» (от «balta» - топор и «ji» - суффикс, обозначающий лицо, совершающее действие) использовалось для обозначения людей, которые сопровождали арамейцев для рубки деревьев и прокладывания дороги. Этот термин, по сути, описывал физическую работу, не связанную с противоправными действиями. Однако с течением времени, под влиянием быстро меняющегося мира и процесса глобализации, первоначальное значение «baltaji» ушло на второй план. В египетском диалекте АЯ слово приобрело новые смысловые оттенки, отражая изменение социальных реалий.

Важно отметить, что процесс трансформации лексических значений – явление пространенное. Новые слова, заимствования, изменения в социальных укладах, технологические революции – все эти факторы оказывают влияние на язык, заставляя слова приобретать новые значения, иногда радикально отличающиеся от первоначальных. В случае с «baltaji» отсутствие записи нового значения в классических арабских словарях объясняется тем, что эти словари фиксируют стандартный, литературный арабский язык. Однако в живых языках, особенно в диалектах, постоянно происходят изменения, которые не всегда фиксируются в официальных словарях.

Политические силы обвиняют «Братьев-мусульман» в политическом бандитизме...	Al-quwa as-siyasiyah tahtamu al-ikhwan bil-baltajah as-siyasiyah ...	متهمة سياسيي سلا يوقل اة سياسيي سلا اة جطل بل اب ن او خ ا ل ا ...
Школы не остались в стороне от явлений бандитизма, которые охватили общество со времен революции...	Lam taslam al-madaris min thahirati al-baltajah alati ijtahat al-mujtama' munthu athawrah...	قره اظ ن م سر ادم ل ا م ل س ت م ل ت ح ا ت ج ا ي ت ل ا ة ج ط ل ب ل ا ... ة ر و ث ل ا ذ ن م ع م ت ج م ل ا

Помимо этого, в новостных сводках тех лет активно использовались слова и выражения, которые вызывали сильный эмоциональный отклик у народа и связывали с историей этого региона:

Борьба	Al-jihad	داه ج ل ا
Свобода	Al-huriyah	ة ي ر ح ل ا
Честь, достоинство	Al-karamah	ة م ا ر ك ل ا
Гражданская война	Al-harb al-ahliyah	ة ي ل ه ا ل ا ب ر ح ل ا

Англоязычные СМИ, которые были далеки от арабской идентичности, истории этого региона, захватывали лишь политическую составляющую данных событий и факторы, которые влияли на международную обстановку:

Rioting	Беспорядки
Revolution	Революция
Democracy	Демократия
Reform	Реформировать
Political turmoil	Политическая нестабильность
Demonstrations	Демонстрации
Popular uprisings	Народные восстания

Использование таких терминов заостряет внимание реципиента на универсальных политических идеалах: демократии, правах человека, свободе слова, равенстве перед законом и т.д. Акцентирование на таких общих политических ценностях лишь подчеркивает зарубежный взгляд и интерпретацию событий.

«Egypt: Protests Turn Violent, Leaving at Least 12 Dead» (The New York Times) ¹	«Египет: протесты переросли в насилие, в результате чего погибли, по меньшей мере, 12 человек» (The New York Times)
«Tunisia's Revolution: From Jasmine to Democracy» (BBC News) ²	«Революция в Тунисе: от Жасмина к демократии» (BBC News)
«Arab Uprisings: A New Era of Democracy or a Path to Chaos?» (The Guardian) ³	«Арабские восстания: новая эра демократии или путь к хаосу?» (The Guardian)

Рассматривая риторическую сторону при комментировании событий, мы можем заметить отличительные особенности между восточными и западными медиа. В арабоязычных СМИ все риторические приемы связаны с различными средствами выразительности (метафоры, повторы, символы), целью которых служит создание сильной эмоциональной связи с аудиторией. Арабский язык богат метафорами и образными выражениями, которые могут не иметь аналогов в других языках. Например, фразы, связанные с потоками и волнами, могут быть частью образного языка, используемого для описания социальных изменений, и их перевод требует внимательности к культурным нюансам.

¹ <https://www.nytimes.com/2011/01/29/world/middleeast/29egypt.html>

² <https://www.bbc.com/news/world-africa-12203973>

³ <https://www.theguardian.com/world/2011/feb/15/arab-uprisings-democracy-chaos>

Так, например, метафора رانلا قروث – «революция пламени» создает в сознании реципиента образ единства и борьбы народа за общие идеалы.

В англоязычных СМИ риторические приемы сводятся к аналитике, демонстрации эффекта событий на международные отношения и геополитическую ситуацию в регионе. Как уже было ранее сказано, англоязычные медиа прибегали к использованию научной терминологии при освещении событий Арабской весны, что лишь отдаляло реципиентов от личного восприятия и эмоционального отклика. Более того, акцентирование внимания на последствиях и пагубном влиянии восстаний на мировое сообщество может служить предлогом для интервенции или поддержки любого «удобного» режима:

«NATO expresses solidarity with Arab Spring movements» (Reuters) ¹	«НАТО солидарен к событиям Арабской весны» (Reuters)
«Western Countries Voice Support for Arab Spring Protests» (BBC News) ²	«Западные страны поддерживают протесты Арабской весны» (BBC)
«Europe and US declare support for Democratic Movements in Arab World» (CNN)	«Европа и США заявляют о поддержке демократических движений в арабском мире» (CNN)

Во многих западных заголовках встречалась модель персонификации – наделение неодушевленного субъекта человеческими свойствами, а точнее когнитивными способностями. Прибегая к использованию такого приема, медиа формируют мысли, идеи от лица государства, тем самым создавая «мишень» – если кто-то из слушателей усомнится в их словах, то вина ляжет на объект повествования, т.е. страну, организацию и т. д.

Особую роль в передаче информации играют цитаты. Цитирование, своего рода, экономный прием, который помогает обобщить факты, подтвердить свое мнение за счет авторитетного источника. Арабская культура глубоко пронизана исламскими ценностями, что находит отражение в повседневной жизни, включая общение. В этом контексте цитирование Корана, сунны и хадисов является распространенным явлением, являясь неотъемлемой частью арабской речи.

Цитирование Корана в арабском мире играет важную роль в различных сферах. Оно используется не только в религиозных дискуссиях, но и в обыденной речи, являясь своеобразным инструментом аргументации, подтверждения своих слов или выражения глубоких чувств. Так, например, фразы из Корана могут использоваться для подтверждения справедливости высказанной мысли, для обоснования действий или поступков, а также для выражения надежды, любви или сочувствия. В качестве примера можно привести один из слоганов арабской революции 2011 года в Египте:

«А если вы отвернетесь, то Он заменит другим народом, и потом они не будут вам подобны» (перевод И.Ю. Крачковского).	Wa inn tatawalaw yastabdil qawman ghairakum thuma laa yakuunuu amthalakum	لدبت سي اولوتت نإو اونوكي ال مٲ مكري غ اموق «مكلل اشم» (Коран 47:38)
---	--	---

Данный фрагмент взят из 38 аята суры «Мухаммад». Согласно исламским источникам, это послание было ниспослано в период, когда мусульмане подвергались преследованиям в Мекке. Его назначение заключалось в том, чтобы утешить верующих, заявив, что тяжелые обстоятельства, с которыми они сталкиваются, не являются постоянными. Протестующие, опираясь на этот текст, провели параллели между нынешними трудностями и теми испытаниями, которые переживал Мухаммад.

Не менее важную роль в передаче информации сыграло невербальное общение. Невербальные элементы, такие как жесты, мимика, поза и даже одежда, могут усилить, а иногда даже и изменить то, что было сказано вербально. Противопоставляя арабскую культу-

¹ <https://www.reuters.com/world/middle-east/nato-expresses-solidarity-arab-spring-movements>

² <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-12986185>

туру англоязычной, мы можем заметить, что она менее сдержана, чем англоязычная. Так, демонстрация стычек, вооруженных конфликтов репортерами Al Jazeera сопровождалась эмоциональными возгласами и выкриками с их стороны. Определенно эти два компонента – подбор идеальных видеорядов и изображений и эмоциональность корреспондентов, вселяли в зрителя чувство единства и единомыслие происходящим событиям.

Таким образом, лингвокультурологический аспект при освещении событий Арабской весны глубоко различается в англо- и арабоязычных СМИ:

1. Использование различной терминологии (арабоязычные СМИ вывели целый терминологический ряд («революция в регионе», «арабское пробуждение», «арабская весна»), который был завязан вокруг основной идеи этих событий – перерождение, изменение режима, в то время как англоязычные медиа использовали один термин – Арабская весна;

2. Различный стиль повествования (восточные СМИ использовали две формы языка – АЛЯ и диалекты, чтобы подчеркнуть национальный и исторический контекст событий, западные СМИ использовали нейтральный, аналитический стиль, заостря внимание на политических событиях и их последствиях на мировое сообщество);

3. Риторические приемы (арабский язык отличается от английского языка наличием большого числа метафор, символов, эмоциональных выражений, что сыграло на руку первым при освещении событий тех лет – они смогли вызвать сильный эмоциональный отклик у аудитории);

4. Цитирование (мусульманская культура играет огромное значение в жизни арабоязычного населения, поэтому ближневосточные медиа часто цитировали Коран, хадисы для аргументации и апелляции к культурным ценностям, в то время как англоязычные медиа опирались на мнения и высказывания политических деятелей и экспертов);

5. Использование невербальных элементов (арабоязычные репортеры демонстрировали более эмоциональную реакцию, что усиливало эффект передаваемой информации, при этом англоязычные репортеры придерживались нейтрального, более сдержанного стиля подачи).

Языковые особенности, риторические стратегии и культурные контексты сыграли ключевую роль в формировании восприятия этих событий, как на местном, так и на международном уровне. Понимание этих различий не только помогает лучше осознать саму суть революционных изменений, но и раскрыть многообразие подходов к интерпретации человеческого опыта в разных культурных контекстах.

Список литературы

1. Ахмед, М. О. Словарь современного арабского языка. – Каир : Аалам аль-Кутуб, 2008. – Т. I. – 3367 с.
2. Баранов, Х. К. Большой арабско-русский словарь : в 2 т. – 11-е изд., стереотип. – М. : Живой язык, 2006. – Т. 1. – 456 с.
3. Баранов, Х. К. Большой арабско-русский словарь : В 2 т. – 11-е изд., стереотип. – М. : Живой язык, 2006. – Т. 2. – 480 с.
4. Виноградов, В. С. Введение в переводоведение: общие и лексические вопросы. – М. : Изд-во института общ. сред. образования, 2001. – 224 с.
5. Грабельников, А. А., Дерхами, А. Освещение событий «Арабской весны» телеканалом «Аль-Джазира» // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. – 2015. – № 2. – С. 56–68.
6. Комиссаров, В. Н. Теория перевода: лингвистические аспекты. – М. : Высшая школа, 1990. – 253 с.
7. Малхазова, М. И. Лингвокультурология как самостоятельное направление лингвистики // Актуальные вопросы современной науки. – 2015. – № 39. – С. 45–50.

ЛЭН ЦЗЯЖУЙ

Институт русского языка Российского университета
дружбы народов им. Патриса Лумумбы
(Москва, Россия)

**ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ
В РОССИЙСКОЙ РЕКЛАМЕ ДЛЯ КИТАЙСКОЙ АУДИТОРИИ****THE LINGUISTIC MEANS OF CREATING IMAGES OF FOOD PRODUCTS
IN RUSSIAN ADVERTISING FOR THE CHINESE AUDIENCE****Аннотация**

Данная аннотация объединяет исследование языковых средств для создания продаваемого образа продуктов питания в интернет-рекламе для китайской аудитории. В работе подчеркивается важность грамотного использования лексики с целью адаптации материалов рекламных текстов к культурным особенностям китайской аудитории, что, в свою очередь, должно способствовать увеличению конверсии и продаж.

Авторы выделяют ключевые аспекты успешной интернет-рекламы, включая выбор языковых средств, ассоциации, символы, а также акцентирование внимания на качестве и экологичности продукции. Приводятся конкретные примеры умелого использования языковых средств в рекламе продуктов питания, стимулирующие к приобретению товара и вызывающие эмоциональный отклик.

Вместе с этим авторы подчёркивают немаловажную роль визуальной составляющей рекламных материалов для китайской аудитории, обращают наше внимание на их предпочтения в цветовой гамме и символике. В заключение подчеркивается, что правильное использование языковых средств и подходящего дизайна способствуют формированию уникального и привлекательного образа продукта, что является ключевым фактором для успешного продвижения продукции на китайском рынке.

Abstract

This abstract brings together the study of linguistic means of creating food images in online advertising for a Chinese audience. The work emphasizes the importance of competent usage of vocabulary in order to adapt the materials of advertising texts to the cultural characteristics of the Chinese audience, which, in turn, should help to increase conversion and sales.

The authors highlight the key aspects of successful online advertising, including the choice of language tools, associations, symbols, as well as focusing on the quality and environmental friendliness of products. Specific examples of the skillful usage of linguistic means in food advertising are given, they stimulate the purchase of goods and cause a certain emotional response. The authors claim that for the Chinese audience design of any advertising materials is as important as its semantic component. In conclusion, it is emphasized that the correct use of language and suitable design contribute to the formation of a unique and attractive product image, which is key to the successful promotion of products in the Chinese market.

Ключевые слова: интернет-реклама, особенности культуры, предпочтений потребителей, органические ингредиенты, натуральный вкус, визуальные образы.

Keywords: online advertising, cultural features, consumer preferences, organic ingredients, natural taste, visual images.

В современном мире интернет-реклама является одним из важнейших инструментов для продвижения товаров и услуг. Успешная презентация предлагаемой продукции и

привлечение целевой аудитории является закономерным результатом выбора подходящих языковых средств.

Российский рынок продуктов питания предлагает богатый ассортимент кулинарных изысков, а также сырьё природного происхождения, что в равной степени актуально и для китайского потребителя. Грамотное использование языковых средств позволяет успешно адаптировать рекламу к культурно-лингвистическим особенностям китайской аудитории и способствует увеличению конверсии и продаж.

Во время презентации продуктов питания для китайской аудитории необходимо учитывать особенности культуры, традиций и потребительских привычек. Важно задействовать те языковые обороты, которые в полной мере отражают основные преимущества продукции, вызывают положительные эмоции и мотивируют на совершение покупки. Как мы могли заметить, в интернет-рекламе сочетание языковых и визуальных элементов используется как для создания эмоционального отклика, так и для передачи фактической информации.

Образы и символы, облечённые в слова, также значительно повышают эффективность рекламы за счёт тех ассоциативных связей, которые они пробуждают в сознании. В случае продвижения продуктов питания на китайском рынке можно использовать языковые фишки, которые ассоциируются с известными китайскими блюдами, традициями или праздниками. Например, при рекламировании русского красного морского окуня можно упомянуть его популярность на праздничном столе в Китае или связать с известными китайскими рецептами. Это поможет привлечь внимание и создать позитивный образ продукта у потенциального потребителя.

Давайте посмотрим на аналогичный пример из российской рекламы.

Празднуйте 15 лет «Магнат» с новым игристым вкусом «Марк де шампань и клубника». Изысканное мороженое, покрытое стопроцентным роскошным шоколадом. «Магнат» – 15 лет удовольствия! (реклама мороженого «Магнат»)¹.

Еще одним важным аспектом является использование языковых средств, способствующих формированию уникального образа продукта. Например, в рекламе можно заострить внимание на качестве и экологичности продукции, используя соответствующие языковые конструкции: «органическая продукция», «естественный природный вкус», «экологически чистый продукт». Эти фразы вызовут доверие у китайских потребителей, которые всё больше интересуются качеством продуктов и их полезностью для здоровья.

Важно также использовать качественные и визуально привлекательные образы в дизайне рекламных материалов. Для китайской аудитории рекомендуется учитывать предпочтения в цветовой гамме, символике и стиле оформления. К примеру, китайцы искренне верят, что красный цвет приносит в дом удачу и процветание. Из этого можно сделать следующий вывод: данный цвет может быть дополнительным подспорьем для успеха рекламной кампании.

(1) Hochland Grünländer – всегда превосходный вкус! (реклама сыра «Hochland Grünländer»)².

(2) Топленые капли картофеля. Плавные волны хлеба. Блестящие гребешки блинчиков. Кучерявый чубчик каши. Шипящая шапка омлета. Любое блюдо вкуснее с маслом «Вкуснотеево». Вкусно. Вкуснее. Вкуснотеево (реклама сливочного масла «Вкуснотеево»)³.

(3) Корочка румяная, золочёная как надо, а внутри нежная, сочная (реклама колбасы «Золоченная в печи», «Стародворье»)⁴.

¹ Реклама Мороженое Магнат 15 лет(1) – YouTube

² Реклама Плавленый сыр Хохланд – YouTube

³ Сливочное масло «Вкуснотеево» – YouTube

⁴ Реклама Стародворье «Колбаса «Золоченная в печи» из «Стародворья» « - YouTube

(4) Живой Хлеб , Не содержит синтетических веществ, 100% качество, всего 170 ккал. (面包店新鲜面包, 只出售刚出炉的面包, 不含合成物质, 品质100%, 共含 170 卡路里)¹.

(5) 香气四溢满满都是肉。——俄罗斯大香肠 (Аромат насыщенный, полные мяса - русская колбаса)².

(6) 神仙小吃Шаурма——俄罗斯人戒不掉的街头美食! (Самая вкусная Шаурма – уличная еда, от которой русские не могут отказаться!)³.

(7) 俄罗斯进口黄金奶源、0代可可脂、0反式脂肪酸的冰淇淋品, 那就是——俄罗斯 ам海象皇宮冰淇淋 (с золотым молоком из России, без какао-бобов и трансжиров – это морожное Андрей Маша)⁴.

(8) 战斗民族的国酒 —— 伏特加 (водка боевого народа)⁵.

В заключение, лексика – один из важнейших компонентов интернет-рекламы. Умелое использование языковых фишек, символики, речевых оборотов и культурных референций способствует успешному продвижению продукции и привлечению целевой аудитории. Важно всегда учитывать языковые особенности, предпочтения и традиции потребителей, чтобы создать максимально привлекательный и понятный образ продукта, способствующий его успешной реализации на китайском рынке.

Список литературы

1. Бернацкая, Ю. С. Основы рекламы: учебник / Ю. С. Бернацкая, С. С. Марочкина, Л. Ф. Смотров. – М.: Наука, 2005. – 281 с.
2. Скарнев, Д. С., Воробьев В.В., Закирова Е.С. Лингвокультурология и профессиональное общение. Коллективная монография / Д. С. Скарнев, В. В. Воробьев, Е. С. Закирова. – М.: Русский язык. Курсы, 2023. – 244 с.
3. Скарнев, Д. С. Лингвомаркетинг: монография – М.: Русский язык. Курсы, 2023. – 200 с.
4. Скарнев, Д. С. Языковые средства создания образа в рекламном дискурсе: проблемы семантический, прагматический, маркетинговый аспекты: дис. ... д-ра филол. наук. – Челябинск, 2015. – 391 с.
5. Шаззо, А. А. Лингвопрагматические особенности рекламы продуктов питания // Культурная жизнь Юга России. 2007. № 6(25). С. 80–82.
6. 俄罗斯国民冰淇淋, 进口黄金奶源, 一口沦陷. – URL: <https://mp.weixin.qq.com/s/kJ1UuPJTvQVsr-mxCB-zMQ>.
7. 来自战斗民族的俄罗斯大香肠, 和手臂一样粗, 香气四溢满满都肉. – URL: <https://mp.weixin.qq.com/s/cQR5YM8xACC9E12sazQF5A>.
8. 浅析俄罗斯广告创意特征及表现 ——以俄罗斯面包广告为例. – URL: https://mp.weixin.qq.com/s/51E_5swoKdsxkMEwADbEmg.
9. 神仙小吃Шаурма——俄罗斯人戒不掉的街头美食! . – URL: https://mp.weixin.qq.com/s/6n_8iVlu1GZy6PbE6U42Rg.
10. 舌尖上的俄罗斯, 马上“进口”中国. – URL: <https://mp.weixin.qq.com/s/7hB-FfxCexa5R598W2ynug>.

¹ 浅析俄罗斯广告创意特征及表现 ——以俄罗斯面包广告为例 https://mp.weixin.qq.com/s/51E_5swoKdsxkMEwADbEmg

² 来自战斗民族的俄罗斯大香肠, 和手臂一样粗, 香气四溢满满都是肉 <https://mp.weixin.qq.com/s/cQR5YM8xACC9E12sazQF5A>

³ 神仙小吃Шаурма——俄罗斯人戒不掉的街头美食! https://mp.weixin.qq.com/s/6n_8iVlu1GZy6PbE6U42Rg

⁴ 俄罗斯国民冰淇淋, 进口黄金奶源, 一口沦陷 <https://mp.weixin.qq.com/s/kJ1UuPJTvQVsr-mxCB-zMQ>

⁵ 舌尖上的俄罗斯, 马上“进口”中国 <https://mp.weixin.qq.com/s/7hB-FfxCexa5R598W2ynug>

Е. В. МИЛЕТОВАПятигорский государственный университет
(Пятигорск, Россия)**ДИАХРОНИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ МЕТАФОРЫ В ТЕКСТЕ РЕЛИГИОЗНОЙ
ПРОПОВЕДИ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)****DIACHRONIC ANALYSIS OF METAPHOR IN THE TEXT OF A RELIGIOUS
SERMON (BASED ON THE MATERIAL OF THE ENGLISH LANGUAGE)****Аннотация**

В статье представлен диахронический анализ особенностей актуализации метафоры в пределах религиозной проповеди. Материалом исследования служат англоязычные христианские проповеди, датированные концом XIX в. и началом XXI в., размещенные в сети Интернет. Рассматривая проповедь как особый публичный жанр религиозной сферы, автор отмечает ее выраженную метафорически маркированную природу и указывает на важность метафоры в заданном контексте. При этом, опираясь на результаты анализа фактического материала, в работе подчеркивается вариативный характер манифестации метафоры, свойственный каждому периоду времени. Так, в проповедях XIX в. доминирует развернутая метафора, реализуемая сразу несколькими метафорическими употреблениями, разворачивающимися в масштабе всего контекста. В проповедях, хронологически относящихся к XXI в., наиболее частотна простая метафора, репрезентируемая семантикой конкретных лексических единиц или словосочетаний, передающих адресату значимые фрагменты информации и формирующих в его сознании определенный метафорический образ.

Abstract

The article presents a diachronic analysis of the features of metaphor actualization within a religious sermon. The research material is English-language Christian sermons relating to the end of the 19th century and to the beginning of the 21st century, posted on the Internet. Considering the sermon as a special public genre of the religious sphere, the author notes its metaphorically marked nature and points out the importance of metaphor in a given context. Based on the results of the analysis of factual material, the work emphasizes the variable nature of the manifestation of metaphor, characteristic of each period of time. At the same time, relying on the results of the analysis of factual material, the work emphasizes the variable nature of the manifestation of metaphor, inherent in each period of time. Thus, in the sermons of the 19th century, an extended metaphor dominates, realized by several metaphorical uses at once, unfolding on the scale of the entire context. In sermons chronologically related to the 21st century, the most frequent is a simple metaphor, represented by the semantics of specific lexical units or phrases that convey significant fragments of information to the addressee and form a certain metaphorical image in his mind.

Ключевые слова: англоязычная христианская проповедь, Бог, вербализаторы метафоры, диахронический анализ, когнитивная метафора, метафорическое ядро, метафорическая периферия, речевое воздействие.

Keywords: English Christian sermon, God, metaphor verbalizers, diachronic analysis, cognitive metaphor, metaphorical core, metaphorical periphery, speech impact.

Изучение специфики религиозной коммуникации ведется на протяжении длительного периода времени и продолжается по сей день, регулярно привлекая внимание ученых

к имеющимся вопросам, которые и сегодня остаются открытыми и дискуссионными. Неослабевающий интерес к религиозной дискурсивной сфере определяется как ведущей ролью религии в жизни современного социума, так и сложностью передачи информации и невозможностью применения исключительно рационального подхода к ее анализу в силу мистической и необъяснимой природы самой религии и сверхъестественных сил, составляющих основу религиозного учения [Мечковская, 1998 и др.].

Среди вопросов, рекуррентно обсуждаемых исследователями, особо выделим проблему жанровой дифференциации религиозных текстов и описания их ключевых лингвистических особенностей, а также анализ и идентификацию основных языковых способов речевого воздействия на реципиента, обеспечивающих его понимание и способствующих формированию его религиозного мировоззрения.

Следует отметить, что все жанровое пространство религиозной дискурсивной сферы так или иначе подчинено интерпретации и разъяснению содержания прецедентных текстов (в христианстве – Библия) [Killinger, 1996 и др.]. В этой связи проповедь, полагаем, имеет особый статус, поскольку представляет собой устную и публичную форму взаимодействия участников в лице проповедника (священнослужителя) и прихожан (верующих) с целью приобщения массового адресата к вере [Новикова, 2022; Ушаков, 2009; Шаров, 2020; Ясиновская, 2020 и др.]. Именно посредством проповеди священнослужитель, как представитель института церкви, транслирует реципиентам в лице прихожан и всех верующих постулаты христианского учения и заветы Всевышнего, используя при этом простой и понятный язык, разъясняя моменты, вызывающие вопросы и требующие уточнения. Очевидно, что для полноценного и эффективного взаимодействия автор проповеди (проповедник) должен обладать особой харизмой, быть хорошим оратором, ему необходимо знать свою аудиторию и ее потребности, чтобы прийти на помощь в нужный момент [Сорокина, 2020; Ушаков, 2009; Killinger, 1996].

Подчеркнем, что для решения проблемы, связанной с адекватной передачей необходимой информации, проповеднику требуется задействовать определенный набор языковых средств, способствующих, с одной стороны, оказанию влияния на адресата, а с другой – гарантирующих понимание и верную интерпретацию нового знания реципиентом. Метафоре в этой ситуации отводится одна из ведущих ролей, так как она служит своего рода ментальным конструктом, репрезентирующим в контексте аналогию между двумя понятиями, предметами, явлениями. Помимо этого, метафора позволяет массовому адресату (прихожанам) освоить новое знание с опорой на уже известные представления и имеющийся опыт, что значительно облегчает взаимодействие коммуникантов [Алимурадов, Милетова, Шибкова, 2023; Кондратьева, 2012; Лакофф, 2004; Солопова, 2015; Солопова, Чудинов, 2021; Gibbs, Cameron, 2008; Kövecses, 2010].

В центре нашего внимания в настоящем исследовании находятся англоязычные проповеди XIX в. и XXI в. и их метафорический потенциал. Приоритетной целью статьи считаем осуществление диахронического анализа употребления метафоры в заданном контексте, а также определение языковой специфики ее использования в разные временные периоды. Анализ фактического материала показал, что в религиозных проповедях обоих периодов времени проповедники, как авторы сообщений, активно используют метафору, однако ее манифестация в контексте разнится и обусловлена рядом факторов, в том числе эволюцией английского языка, историческими и культурными предпосылками и в целом динамикой самой жизни.

Далее перейдем непосредственно к результатам исследования. В проповедях, датированных XIX веком, доминирует развернутая метафора, представляющая собой тип метафоры, при котором наличествуют сразу несколько аналогий, последовательно разворачивающихся в пределах всего контекста. Обратимся к примеру:

1) *Think of yourself as being as restless as a whale when the harpoon is in him; as restless as the sea when a storm is moving its lowest depths.*

Let us say, next, that the sea can be furious and terrible, and so can ungodly men. When a man is in a fury, what a wild beast he can be! A landsman looks on the sea when it has put on its best behavior, and he says, "I should not mind going a voyage. It must be splendid to steam over such a sea! I feel I shall make a splendid sailor." Let him look at that same ocean by-and-by. Where is the sea of glass now? Where are the gentle waves, which seemed afraid to ripple too far upon the sand? The sea roars and rages and raves. The Atlantic in a storm is terrible; but have you ever seen a tempest in a man's nature? It is an awful sight, and one which causes gracious eyes to weep. What a miserable object is a man with the drink in him! He was as decent a fellow as one could talk with; but now that the drink has mastered him the devil has come on board, and you will do well to give him a wide berth ...

... We must not forget that we are less obedient to God than the sea is. Nothing keeps back the sea from many a shore but a belt of sand; and though it rages in storm and tempest, the sea goes back in due time and leaves the sand for children to play upon. It knows its bounds and keeps them. When the time comes for the tide to rise, the obedient waters march upon the shore in unbroken ranks, and fill up every creek. They do not linger behind their time. When the moment comes to stay where they are, they rest at flood. Then comes the instant to begin the ebb, and no matter how boisterous the waves may be, they fall back at God's bidding. What, after all, is more orderly than the great sea? Would to God we were like it in this! How readily this great creature yields! A little wind springs up, and its waves answer at once to the breath of heaven. When the sun crosses the line, the equinoctial gales know their season; while at all times the great currents cease not the flow which God has appointed them. The sea is obedient to the Lord ... ["Am I a Sea, or a Whale?"].

Пример (1) представляет собой фрагмент проповеди, хронологически принадлежащей XIX веку, в пределах которой отмечаем использование развернутой метафоры, актуализируемой на протяжении всего сообщения. Размышляя о греховной и противоречивой природе человека, о его неоднозначных мыслях и поступках, проповедник проводит аналогию с бушующим и беспокойным морем и его обитателями. Подобно морю во время шторма человек в ярости может быть опаснее дикого зверя, он свирепствует, демонстрируя все самое худшее в себе. Однако в отличие от сомневающегося и постоянно сопротивляющегося человека, море Господу послушно, легко подчиняется его воле, становясь тихим и безмятежным. Примечательно, что в процессе прочтения проповеди ее автор (священнослужитель) вновь и вновь обращается к метафоре и ассоциации с морем, что, полагаем, носит неслучайный характер, т.е. соответствует интенции проповедника и сводится к оказанию речевого воздействия на адресата и его психологическое состояние. Для достижения указанной цели проповедник задействует различные языковые средства, включая вопросительные и побудительные предложения, позволяющие установить контакт с аудиторией, а также широкий диапазон эмоционально-оценочной лексики, зачастую имен прилагательных (*restless furious, terrible, wild, awful, miserable, splendid, gentle, obedient* и т.д.), глагольных конструкций (*roars, rages, raves* и т.д.), добавляющих контексту дополнительную экспрессию. Подчеркнем также, что основными вербализаторами метафоры в анализируемом контексте, репрезентирующими ее ядро, выступают как имена существительные (*sea, beast, breath*), так и глаголы (*roars, rages, raves*), в свою очередь, на периферии метафоры, как мы считаем, располагаются лексемы-прилагательные, сообщающие важную информацию о предмете обсуждения. Совместно все перечисленные средства языка задают эмоциональный тон повествованию и применяются адресантом с целью оказания давления на массового адресата.

Когда же речь идет о проповедях, относящихся к XXI веку, отмечаем несколько иную картину: языковое оформление текстов данного периода характеризуется употреблением доступных для восприятия и понятных лексических единиц и грамматических конструкций. Возможным объяснением подобной тенденции, на наш взгляд, является, в том числе трансформация формата проповеди – от традиционного сообщения в рамках религиозного учреждения до видео обращения с применением информационных технологий, требующего сжатый и лаконичный характер изложения информации. Применительно к особенностям вербализации метафоры наблюдается аналогичная ситуация – имеет место переход от развернутой метафоры к простой, репрезентируемой отдельно взятыми единицами языка. Приведем примеры:

2) *The Lord has many servants, but very few willing bondservants. God's Word can be understood accurately only by His bondservants. Others may be able to study it intellectually, as one studies a text-book* [(The Lord and His Church) 1. The Revelation of Jesus Christ].

3) *Fear is a weapon found only in Satan's armoury. Jesus came to deliver man from fear. Every spiritual leader has the same task* [(A Spiritual Leader) 12. Freeing Others from Fear].

В представленных примерах отмечаем использование метафор: в тексте (2) люди (верующие) отождествляются с *рабами (слугами) / bondservants (servants)*, готовыми беспрекословно подчиниться воле Господа, принять и понять Божье Слово; в тексте (3) страх трактуется как *оружие / weapon*, находящееся в арсенале Сатаны, а задача Бога и всякого лидера состоит в том, чтобы избавить человека от страха. Очевидно, что лексемы-существительные *bondservants (servants)* и *weapon* на семантическом уровне передают значение метафоры и, тем самым, репрезентируют собой метафорическое ядро, понимаемое нами как ключевой элемент метафоры, несущий основную смысловую нагрузку в контексте.

На основании проведенного исследования приходим к выводам о том, что религиозная проповедь служит сферой употребления метафоры, языковые способы актуализации которой с течением времени претерпевают некоторые изменения. В проповедях XIX века наличествует *развернутая метафора*, характеризующаяся последовательным и детальным описанием метафорического образа при участии сложных и объемных блоков информации, реализуемых в целом контексте. В проповедях, относящихся к XXI веку, отмечается распространенность *простой метафоры*, репрезентируемой конкретными лексическими единицами или словосочетаниями, семантически отражающими значение метафоры. Вне зависимости от разновидности метафоры ее предназначение сводится к воздействию на эмоциональное состояние адресата с целью его приобщения к христианской вере.

Список литературы

1. Алимуратов, О. А. Религиозная метафора и способы ее вербализации в англоязычных теологических текстах / О. А. Алимуратов, Е. В. Милетова, О. С. Шибкова // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2023. – № 1. – С. 32-46. doi:10.29025/2079-6021-2023-1-32-46.
2. Кондратьева, О. Н. Метафорическое моделирование в религиозном дискурсе // Научный диалог. – Екатеринбург. – 2012. – № 8. – С. 191-207.
3. Лакофф, Дж. Метафоры, которыми мы живем. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.
4. Мечковская, Н. Б. Язык и религия. – М. : Агентство «Файр», 1998. – 352 с.
5. Новикова, А. А. Современная англоязычная христианская проповедь как специфический вид речевой коммуникации // Вестник Луганского гос. пед. ун-та. Серия 3. Филологические науки. Медиакommunikation. – 2022. – № 4(86). – С. 10-17.
6. Солопова, О. А. Диахроническая сопоставительная метафорология: исследование моделей будущего в политическом дискурсе. – М., 2015. – 309 с.

7. Солопова, О. А. Методология диахронического исследования политической метафоры в эпоху цифровизации: теоретическое обоснование / О. А. Солопова, А. П. Чудинов // Вестник Московского ун-та. Серия 9: Филология. – 2021. – № 2. – С. 49-59.
8. Сорокина, Е. Е. Протестантская проповедь в английском языке в диахроническом аспекте // *Universum: филология и искусствоведение*. – 2020. – № 10(77). С. – 4-13.
9. Ушаков, В. В. Проповедь как разновидность публичного выступления // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. – 2009. – № 2. – С. 152-157.
10. Шаров, К. С. Православная интернет-проповедь в России // Вопросы журналистики. – 2020. – № 7. – С. 42-55. <https://doi.org/10.17223/26188422/7/3>.
11. Ясиновская, Е. Г. Проповедь как жанр религиозного дискурса (на материале проповедей Ж. Кальвина) // Балтийский гуманитарный журнал. – 2020. – Т. 9. – № 1(30). – С. 349-352.
12. Gibbs, R. W. Jr., Cameron, L. J. The Social-Cognitive Dynamics of Metaphor Performance // *Cognitive Systems Research*. – 2008. – № 9(1-2). – P. 64-75. doi:10.1016/j.cogsys.2007.06.008.
13. Killinger, J. *Fundamentals of Preaching*. – Minneapolis: Fortress Press, 1996. – 224 p.
14. Kövecses, Z. *Metaphor: Practical Introduction*. – N.Y.: Oxford University Press, 2010. – 285 p.
15. Raposa, M. L. Religious Metaphor // *Sacred Heart University Review*. – 1984. – Vol. 4. – № 1. – URL: <http://digitalcommons.sacredheart.edu/shureview/vol4/iss1/1> (дата обращения: 12.08.2024).

Источники примеров

16. “Am I a Sea, or a Whale?”. – URL: <https://www.sermonindex.net/modules/articles/index.php?view=article&aid=1347> (дата обращения: 12.08.2024).
17. (A Spiritual Leader) 12. Freeing Others from Fear. – URL: <https://www.sermonindex.net/modules/articles/index.php?view=article&aid=23362> (дата обращения: 12.08.2024).
18. (The Lord and His Church) 1. The Revelation of Jesus Christ. – URL: <https://www.sermonindex.net/modules/articles/index.php?view=article&aid=40311> (дата обращения: 12.08.2024).

В. В. НЕУСТРОЕВА, А. А. АНДРЕЕВА

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)

ВЛИЯНИЕ ПОДКАСТОВ НА СОВРЕМЕННУЮ ЯЗЫКОВУЮ КАРТИНУ МИРА И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС

THE INFLUENCE OF PODCASTS ON THE MODERN LANGUAGE PICTURE OF THE WORLD AND THE EDUCATIONAL PROCESS

Аннотация

В статье рассматривается значительная роль подкастов в современном информационном и образовательном пространстве, акцентируя внимание на их влиянии на языковую картину мира. Подкасты, представляющие собой цифровые аудиофайлы, доступны для загрузки и прослушивания через интернет, что делает их гибким и удобным медиа-инструментом. Благодаря низкому порогу входа для создателей контента подкасты

обеспечивают разнообразие голосов и точек зрения, обогащая медианейзаж. Тематика подкастов охватывает широкий спектр областей – от образования и науки до развлечений и психологии, что отражает разнообразие жанровых особенностей, таких как интервью, рассказы, лекции и дискуссии. Язык подкастов отличается гибкостью и включает элементы разговорной речи, профессиональные термины, англицизмы и интернет-сленг, что способствует формированию и распространению новых лексических единиц. Подкасты влияют на восприятие языковых норм, стимулируя толерантность к языковым инновациям и вариативности, а также способствуют формированию общественного мнения и культурных ценностей. В образовательном контексте подкасты являются важным инструментом, развивая навыки аудирования, повышая мотивацию обучающихся и обогащая их межкультурные знания. Они предоставляют аутентичные материалы, что способствует более глубокому погружению в культурный контекст изучаемого языка. Таким образом, подкасты играют ключевую роль в современном медианпространстве, влияя на язык и общество в целом, и их дальнейшее изучение представляет значительный научный интерес.

Abstract

The article examines the significant role of podcasts in the modern information and educational space, focusing on their influence on the linguistic picture of the world. Podcasts, which are digital audio files, can be downloaded and listened to over the Internet, making them a flexible and convenient media tool. With a low barrier to entry for content creators, podcasts provide a diversity of voices and perspectives, enriching the media landscape. Podcasts cover a wide range of topics, from education and science to entertainment and psychology, reflecting a variety of genre features such as interviews, stories, lectures and discussions. The language of podcasts is flexible and includes elements of colloquial speech, professional terms, anglicisms and Internet slang, which contributes to the formation and spread of new lexical units. Podcasts influence the perception of language norms, stimulating tolerance for linguistic innovation and variability, and also contribute to the formation of public opinion and cultural values. In an educational context, podcasts are an important tool for developing listening skills, increasing learner motivation and enriching their intercultural knowledge. They provide authentic materials, which promotes deeper immersion in the cultural context of the target language. Thus, podcasts play a key role in the modern media space, influencing language and society as a whole, and their further study is of significant scientific interest.

Ключевые слова: подкасты; образование; языковая картина мира; медианпространство; аутентичные материалы; межкультурное общение.

Keywords: podcasts; education; linguistic picture of the world; media space; authentic materials; intercultural communication.

Введение

В последние годы подкасты стали неотъемлемой частью информационного и образовательного пространства. Эта форма медиа позволяет пользователям получать информацию в удобном аудиоформате, что особенно актуально в условиях современной жизни с её постоянной нехваткой времени. Подкасты охватывают широкий спектр тем – от новостей и образования до развлечений и личных историй. Воздействие подкастов на современную языковую картину мира вызывает особый интерес, так как они не только отражают текущие тенденции в языке, но и активно способствуют их формированию.

Определение и характеристика подкастов

Подкасты представляют собой цифровые аудиофайлы, доступные для загрузки и прослушивания через интернет. В отличие от традиционного радиовещания, подкасты пред-

лагают пользователям возможность выбора содержания и времени прослушивания, что делает их более гибкими и удобными. Благодаря низкому порогу входа для создателей контента подкасты предоставляют платформу для множества разнообразных голосов и точек зрения, что способствует обогащению медиа-пейзажа.

В различных исследованиях подкасты трактуются по-разному. Например, П. В. Сысоев рассматривает их как аудио- или видеофайлы, доступные для загрузки и воспроизведения через интернет [Сысоев, 2014, с. 190]. Е. Ю. Малушко определяет подкаст как форму цифрового контента, доступную для массового прослушивания через интернет [Малушко, 2011, с. 148]. Другие исследователи, такие как Э. Ш. Шахсенов и К. С. Ефанова, рассматривают подкасты как серии аудио или видео записей, которые пользователи могут загружать и слушать в удобное для них время, публикация которых обычно связана общей тематикой или концепцией [Шахсенов и др., 2022, с. 27]. С. В. Титова и А. П. Авраменко определяют подкасты как непрофессиональное веб-радио, доступное в интернете для скачивания и прослушивания [Титова, Авраменко, 2013, с. 116].

Таким образом, определения подкастов расширяются с течением времени, отражая развитие технологий и изменения в способах потребления контента.

Тематика и жанровые особенности подкастов

Тематика подкастов чрезвычайно разнообразна. Существуют образовательные подкасты, посвященные науке, истории, искусству, а также развлекательные подкасты, фокусирующиеся на музыке, кино и поп-культуре. Особое место занимают подкасты, посвященные саморазвитию и психологии, которые помогают слушателям улучшать качество жизни. Жанровые особенности подкастов играют важную роль в формировании их языковой структуры. Интервью, рассказы, лекции, дискуссии – каждый жанр обладает своими стилистическими и лингвистическими характеристиками, которые отражают специфику подачи материала и целевую аудиторию.

Языковая картина мира в подкастах

Язык подкастов отличается большой гибкостью и разнообразием. В подкастах часто используются элементы разговорного языка, что придает им живость и доступность. Кроме того, в речи авторов подкастов нередко встречаются профессиональные термины и специализированная лексика, что позволяет углубляться в тематические детали. Англицизмы и интернет-сленг также широко представлены в подкастах, особенно среди молодежных и технологически ориентированных программ, что отражает глобализацию и влияние англоязычной культуры на современный язык [Михеева и др., 2023, с. 220].

Подкасты оказывают значительное влияние на языковую картину мира. Во-первых, они способствуют распространению новых лексических единиц и выражений, которые быстро становятся частью повседневной речи. Во-вторых, подкасты влияют на восприятие языковых норм, способствуя большей терпимости к языковым инновациям и вариативности. Кроме того, подкасты играют важную роль в формировании общественного мнения и культурных ценностей. Они не только информируют слушателей, но и стимулируют критическое мышление, предоставляя платформу для обсуждения актуальных социальных и политических вопросов.

Подкасты в образовательном процессе

Подкасты представляют собой важный и многогранный инструмент в современном образовательном процессе, особенно в сфере изучения иностранных языков. Применение данного инструмента способствует развитию навыков аудирования, повышению мотивации обучающихся и обогащению их межкультурных знаний [Горбова, Селезнева, 2018, с. 122]. В исследовании подкастов в образовательном контексте выделяются следующие ключевые преимущества:

1. Аутентичность: подкасты зачастую представляют собой оригинальные материалы, созданные носителями языка для образовательных, развлекательных и прочих целей.

2. Актуальность: возможность постоянного обновления архива новыми материалами, такими как современные новости, диалоги, интервью и прочие.

3. Доступность и автономность: подкасты доступны для прослушивания в любое удобное время и в любом месте, что позволяет гибко планировать процесс обучения.

4. Многофункциональность: подкасты часто задействуют зрительное и слуховое восприятие через аудио, музыку, фото, видео и текст, что развивает рецептивные способности слушателей.

5. Портативность: возможность контролировать темп подачи информации, замедляя или ускоряя аудиозапись, а также ставить на паузу или перематывать.

Аутентичность подкастов и их влияние на культурное восприятие

Аутентичность подкастов является одним из важнейших свойств, что позволяет обучающимся погружаться в культурный контекст изучаемого языка. Ключевые критерии аутентичности включают культурологическую и ситуативную аутентичность. Культурологическая аутентичность подразумевает знакомство с культурой, бытом и менталитетом жителей страны изучаемого языка [Мильруд, Носонович, 1999, с. 10]. Ситуативная аутентичность отражает естественные ситуации, актуальные для носителей языка.

Подкасты часто создаются носителями языка и отражают культурные реалии, обычаи и традиции страны. Слушая подкасты, обучающиеся могут ознакомиться с разнообразными темами, начиная с повседневной жизни и заканчивая культурными событиями. Примером могут служить подкасты о национальных праздниках, традициях или общественных нормах, что соответствует критерию культурологической аутентичности. Ситуативная аутентичность подкастов позволяет слушателям погружаться в реальные ситуации общения, такие как обсуждение актуальных событий или интервью с местными жителями.

Заключение

Подкасты представляют собой мощный инструмент, формирующий современную языковую картину мира и образовательный процесс. Они способствуют развитию языка, расширяя его границы и внедряя новые формы и выражения. Влияние подкастов на язык и культуру очевидно и требует дальнейшего изучения. В образовательном контексте подкасты обеспечивают доступ к аутентичным материалам, повышают мотивацию обучающихся и способствуют более глубокому погружению в языковую среду. Их применение в процессе обучения иностранным языкам способствует развитию навыков аудирования, межкультурных знаний и успешной коммуникации с носителями языка. Таким образом, подкасты являются не просто развлечением или источником информации, но и важным элементом современной медиасреды, активно влияющим на язык и общество в целом.

Список литературы

1. Горбова, Н. В., Селезнева И. П. Развитие иноязычной коммуникативной компетенции обучающихся с использованием технологии подкастинга / Н. В. Горбова, И. П. Селезнева // Проблемы современного педагогического образования. – 2018. №61–2.

2. Малушко, Е. Ю. Критерии отбора подкастов для формирования иноязычной аудитивной компетенции у студентов вузов // Научные проблемы гуманитарных исследований. – 2011.

3. Мильруд, Р. П. Параметры аутентичного учебного текста / Р. П. Мильруд, Е. В. Носонович // Иностранный язык в школе. – 1999.

4. Михеева, М. И., Скуднякова Е. В., Муссауи-Ульянищева Е.В. Изучение специальной лексики с использованием обучающих подкастов // МНКО. – 2023. №5 (102).

5. Сысоев, П. В. Подкасты в обучении иностранному языку // Язык и культура. – 2014. №2 (26).

6. Титова, С. В. Мобильное обучение иностранным языкам: Учебное пособие / С. В. Титова, А. П. Авраменко. – М.: Издательство Икар, 2013.

7. Шахсенов, Э. Ш., Ефанова К. С., Малушко Е. Ю. Создание учебных подкастов средствами ИКТ и программных решений для обучения иностранному языку // Artium Magister. – 2022. №4.

Е. В. ОМЕЛЬЧЕНКО

кандидат педагогических наук, доцент
Система дистанционного обучения iSpring Learn
(Москва, Россия)

**«СИЯЮЩАЯ ТЕМНОТА»: ЯЗЫКОВОЕ ВОПЛОЩЕНИЕ
ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОНЯТИЙ В ТВОРЧЕСТВЕ ЮНА ФОССЕ**

**«SHINING DARKNESS»: LINGUISTIC REALIZATION OF EXISTENTIAL
CONCEPTS IN THE WORK OF JUN FOSSE**

Аннотация

В статье проанализированы особенности «тихого» текста норвежского писателя, лауреата Нобелевской премии Юна Фоссе. Стиль автора определяют такие значимые фасцинативные явления, как повторяемость и ритмизация. На примерах текста пьесы «Однажды летним днем» проиллюстрировано, что именно представляют собой составляющие произведения: противоречие, напряжение, паузы, молчание. Противоречие в пьесе выражено языковыми парадоксами, напряжение передается в описании возрастающей тревоги героини и резкого изменения состояния природы, паузы, недоговоренность, молчание – компоненты воздействующей силенциальной тактики автора, определяющей лаконичность текста. Художественные принципы Ю. Фоссе связаны с философскими экзистенциальными категориями М. Хайдеггера и С. Кьеркегора – воспоминания, память, тревога, ничто, пустота. Тексты Юна Фоссе позволяют читателю множественные интерпретации и поиск новых смыслов в простых сюжетах.

Abstract

The article deals with the features of the «quiet text» of the Norwegian writer, Nobel Prize winner Jon Fosse. The author's style defines such significant fascinative phenomena as repetition and rhythm. The elements of Jon Fosse's works: contradiction, tension, pauses, silences are illustrated on the examples of the text of his play «One Summer Day». The contradiction in the plays is expressed by linguistic paradoxes; tension – by the description of the increasing anxiety of the heroine and of the sudden change in the state of nature; pauses and silences are components of the author's influencing silent tactics, which determines the brevity of the text. The artistic principles of J. Fosse are influenced by the philosophical existential categories of M. Heidegger and S. Kierkegaard – reminiscence, memory, anxiety, nothingness, emptiness. The texts of Jun Fosse allow a reader multiple interpretations and the search for new meanings in simple plots.

Ключевые слова: *фасцинативные сигналы, эмпатическое восприятие текста, повторяемость, ритмизация, философия тревоги, рефлексия.*

Keywords: *fascinating signals, empathic text perception, repetition, rhythmization, philosophy of anxiety, reflection.*

Нобелевская премия 2023 г. вручена Юну Фоссе за новаторские пьесы и прозу, которые «выражают невыразимое». Стиль и манера Ю. Фоссе своеобразны: пьесы написаны в столбик наподобие стиха; огромная роль придается паузам, которые передают размышления, эмоции, изменения состояния героя; бессловесной коммуникации, невербальному поведению, в котором играют роль жест, взгляд, взмах руки. Ю. Фоссе говорит о тексте как об «универсуме» со своими законами, определенными внутренними соприкосновениями. Автора не интересуют острополитические сюжеты: в центре его творческого внимания – человек и экзистенциальные вопросы [Омельченко, 2024].

В интервью «Writing like praying» («Писать как будто молиться») Юн Фоссе признается, что написания текстов для него сродни молитве. Автор характеризует свое творчество высказываниями, на которые стоит обратить внимание для последующей интерпретации его произведений.

«Мои произведения настолько темны, что из этой темноты исходит свет. Это сияющая темнота».

«В некотором смысле в драме должно быть противоречие, чтобы она была живой. Это и напряжение, и паузы, и молчание» [Jon Fosse].

Цель данного исследования – определить вербальные и невербальные художественные средства, благодаря которым автору удается воплотить в жизнь сформулированную выше творческую и философскую концепцию.

Материалом исследования является пьеса «Однажды летним днем» [Фоссе, 1998]. Сюжет пьесы заключается в следующем: семейная пара, устав от городского шума и суеты, приобрела дом в отдалении от населенной местности, на берегу моря, на фьордах. Красивый дом, уединение, возможность созерцать дикую природу, как оказалось, не способствуют гармонии. Мужчину и женщину начинает тревожить безлюдье и отрешенность этого места («уж слишком тихо, тихо, просто здесь спокойно так, что беспокойно мне»). Эффект воздействия текста мы связываем с коммуникативным явлением фасцинации, имеющим глубинную нейрофизиологическую природу воздействия. Как коммуникативный процесс, фасцинация представляет собой воздействие с целью интенсификации восприятия и освоения информации зрителем [Омельченко, 2013]. Именно это явление позволяет захватить внимание зрителя, заставить задуматься, интерпретировать содержание произведения, дополняя его смысл и становясь его соавтором [Омельченко, 2024].

С именем норвежского писателя и драматурга связано много концептов, раскрывающихся в общем семантическом поле мистики, тайны, загадки. Таковой автору представляется сама жизнь во всей кажущейся простоте и предсказуемости ее течения, в круговороте рождения и угасания. Фоссе признается: *«Загадка – вот, что я хочу воспеть»*. В его произведениях множество парадоксов и противоречий. Диалогичность в пьесах не зафиксирована визуально как обмен репликами, часто она представляет собой автокоммуникацию. Это внутренний диалог героя с самим собой, представленный в разном времени жизни (молодой – пожилой); экстериоризация внутренней речи – это рефлексия, возвращение к событиям прошлого, их достаточно углубленный и навязчивый анализ, это попытка выводов и всегда – исповедальная откровенность.

Рефлексия всегда доминирует над событийностью и изменениями в жизненном пространстве. Сообщение редуцируется до отсылок к неким событиям, деталям и фиксации их в памяти. Многократная повторяемость с обращенностью в прошлое способствует духовным озарениям и прозрению героя. С. Кьеркегор в труде «Повторение» рассуждает о том, что «познание есть припоминание; жизнь – повторение», «без категорий воспоми-

вание и повторение вся жизнь распадается, превращается в пустую бессодержательную игрушку» [Кьеркегор, 1997, с. 22].

Вышесказанное сочетается с недоговоренностью, молчанием, выраженными в многочисленных и почти всегда неожиданных паузах.

У героев произведений часто нет имен; автора не интересует ни социальный статус, ни иные общественно значимые категории. Он отслеживает состояние и движения души в таких проявлениях как привязанность, любовь, понимание друг друга, память, делая это деликатно и не навязчиво.

Многие представляют пьесы Юна Фоссе мрачными. Этому способствует выбор автором «декораций», фона происходящего: могущественная норвежская природа, суровые фьорды, туман и дождь создают особое настроение. Но сам Фоссе признается, что в этой темноте есть свечение: *«Мои произведения настолько темны, что из этой темноты исходит свет. Это сияющая темнота»*.

Динамика действия в пьесах очень своеобразна. Развитие сюжета как таковое отсутствует; движущими факторами сюжета являются «напряжение, паузы, замирание» [Jon Fosse]. Это, по словам автора, похоже на шторм, возникающий в глубинах моря и выходящий наружу волнами.

Есть смысл провести параллель своеобразия идиостиля с фасцинацией, ибо в основе притягательности необычных «тихих» текстов Фоссе лежит именно это эмпатическое воздействующее явление. Фасцинация это всегда эмоциональный сигнал; в тексте он выражен различными художественными, вербальными и невербальными приемами. Фасцинация проявляется не только в фокусировке внимания читателя, формировании повышенного интереса, погружения, углубленности в текст, но и особого состояния завороченности, замирания, «эмоционального кружения» [Омельченко, 2015], диктующего обращаться к строке снова и снова, искать в повторяемом новые смыслы и новые интерпретации. Именно фасцинация обуславливает особое воздействие текстов Фоссе [Омельченко, 2024].

Проанализируем высказывания героини и изменение ее внутреннего состояния.

<i>Мне тревожно</i>	<i>Но что-то все же было</i>
<i>и вдруг мне стало так тревожно необъяс-</i>	<i>Что-то не так</i>
<i>нимая тревога охватила</i>	<i>Я становилась все тревожнее</i>
<i>но я не придавала тому значение</i>	
<i>Тревога, охватившая меня, ни о чем не го-</i>	<i>Мне стало так бесконечно грустно</i>
<i>ворит и ничего не значит</i>	
	<i>Стало мне еще тревожней</i>
<i>Я считала, что тревога эта</i>	<i>Стало мне невыразимо грустно</i>
<i>Ни из чего не следует</i>	
	<i>Мне было так тревожно и так невырази-</i>
<i>Тревожность просто</i>	<i>мо грустно</i>
<i>надуманная</i>	
<i>И необоснованная</i>	<i>Но все время я ощущала сильную тревогу</i>
<i>Была взволнована</i>	<i>Опять меня тоска объяла</i>
<i>Настолько я была удручена</i>	<i>Такая тяжкая гнетущая тоска</i>
<i>До того была встревожена</i>	<i>Меня опять тревога охватила</i>
	<i>Я волнуюсь</i>
<i>Я стояла там</i>	<i>Это все так странно</i>
<i>Ощущая тревогу сильную</i>	<i>В конце концов мне страшно</i>

Как видим, состояние героини – это волнение, нарастающая всеобъемлющая тревога, усугубляющаяся обстоятельствами исчезновения Асле. Состояние природы тоже резко меняется: от ясного осеннего дня – до легкой измороси, и наконец, непроглядной тьмы и шторма на фьорде.

Чудный день осенний

Ясный

Не жаркий не холодный

Дождь шел

Но только мелкий

Было холодно

Дождь пошел всюду

Ужасная погода

Дождь и ветер

Шел сильный дождь

И было очень ветрено

И становилось все темнее

Волны бились о причал

Только волны бились бились

Такая мерзкая погода

Но скоро совсем стемнеет

И там так ветрено

Темно

Глухая осень

А не светлый летний вечер на тихом море

Уже ведь поздно

Стало

И темно

И на море волнение

Бились волны

Бились бились

И ветер рвал

И дождь лил как из ведра

При первом прочтении можно заметить взаимосвязь внутреннего состояния героини и изменения в природе. Однако при углубленном анализе текста мы видим неочевидное противоречие. Душа героини, вопреки стереотипной литературоведческой трактовке, не сливается с природой. Природа существует сама по себе. Героиня вынуждена прислушиваться к происходящему за окном.

Волны дождь темнота

То и другое было теперь и я сама

Оно должно было стать мной

Должно было стать мной навсегда

Отныне Я должна была быть в блестящей темноте в бьющихся волнах

Модальная форма *должно / должна* выражает в данном случае вынужденное принятие обстоятельств, способность оставаться в контакте с собой, чтобы продолжать делать то, что важно, несмотря на сложные переживания.

Неслучайно на протяжении всей пьесы женщина (молодая и впоследствии пожилая) смотрит на фьорд в ожидании мужа через окно; она не может находиться на побережье. Частотный анализ текста показал, что лексема «окно» в разных высказываниях повторяется 51 раз:

ПОЖИЛАЯ ЖЕНЩИНА опять оборачивается к окну

Будешь

стоять здесь и смотреть в окно

Поворачивается и снова смотрит в окно

МОЛОДАЯ ЖЕНЩИНА занимает ее место у окна

МОЛОДАЯ ЖЕНЩИНА подходит к окну и смотрит на фьорд

ПОЖИЛАЯ ЖЕНЩИНА подходит к окну и смотрит на фьорд

МОЛОДАЯ ЖЕНЩИНА идет к окну, останавливается рядом с пожилой и тоже смотрит на фьорд

Смотрит в окно

Подходит к окну и смотрит на фьорд

Открывает окно

Снова подходит к окну

Стояла я там у окна

Я пошла к окну

Подходит к окну

Открывает окно

Распахивает вновь окно

Стоит там у окна

Опять у окна стоишь...

Высока и частота употребления слова «фьорд» (51), что делает этот природный феномен не декорацией, а действующим лицом пьесы. Можно предположить, что одинаковая частотность указанных слов свидетельствует о том, что героиня в окне видит только фьорд.

Природа за окном живет своей вечной жизнью, она безучастна; а женщина признается сама себе: «*Мне не постичь, что с ним случилось; не могу постичь, что с ним случилось*». Она продолжает ждать Асле, который пропал в ту сентябрьскую ночь на утлой лодчонке на фьорде. Все эти годы – от молодости до старости – она пытается разглядеть ту «пустоту», в которую вглядывался Асле и которая не оказывается пустотой как отсутствием содержания. Наоборот – полнотой чувства и понимания. Складывается впечатление, что вначале она не совсем отражает внутренний настрой Асле, «*который все так же стоит, уставившись в пустоту*». Ей кажется, что его чувства к ней охладели. Женщина просит его: «*Пойдем же, не стой в прострации*». По прошествии некоторого времени в отсутствии Асле, молодая женщина начинает ощущать необъяснимое волнение, которое пытается подавить в себе: «*И я сидела, просто глядя в пространство*».

Важнейшим в тексте является монолог – воспоминание героини.

а пустота во мне росла росла

кладет руки на живот

росла росла

как дождь и темнота

как ветер и деревья

как море там вдали

Теперь я больше не тревожилась

Теперь сама была я бесконечное

покойное ничто

Я была той темнотой

чёрной темнотой

Я была НИЧТО теперь

И вместе с тем я ощущала

да-да я ощущала что свечусь

Глубоко у меня внутри
в пустой и чёрной темноте
я ощущала что пустая темнота
светилась
тихо так
без слов
и без значения
светилась у меня внутри
И я стояла там
у окна
со мной подруга рядом
не знавшая что и сказать
просто стояла
да и что она могла
а время шло
но я его не замечала
Я стояла там
смотрела в дождь и темноту
Тогда
МОЛОДАЯ ПОДРУГА подходит к софе и садится.
подруга подошла и села
А я стоять осталась
Я в окно смотрела
на ветер дождь и ночь
и ощущала
что темнота – мое лицо
Не знаю сколько
я так стояла
Но стояла и смотрела
в пустую ночь
в дождь
там за окном
и ощущала что не уйти мне
от темноты
и тогда
МОЛОДАЯ ЖЕНЩИНА открывает окно.
Окно
я распахнула
и услышала дождь ветер
сильней намного
и ощутила темноту
сильней намного
услышала я волны
как они бились
беспрестанно
И я стояла там
и слушала биение волн
и ощущала волны
сквозь дождь и темноту

*То и другое было
теперь и Я сама
Оно должно было стать мной
должно было стать мною навсегда
Отныне я должна была быть
в блестящей темноте
и в бьющихся волнах*

Казалось бы, незначительная деталь невербального поведения – «взгляд пожилой женщины», дважды обращенный в сторону молодых женщин, а затем – перед собой, может означать взор в прошлое, а далее – попытку разглядеть будущее. «Кладет руки на живот» – в невербальном поведении традиционно обозначает попытку найти защиту в самой себе и успокоиться.

Ключевым слово, организующим текст, является лексема «темнота». Она не просто передает состояние и цветовую характеристику окружающей среды, но и формирует драматическую тональность всего высказывания: «я была той темнотой, черной темнотой; в пустой черной темноте; пустая темнота; смотрела в дождь и темноту; темнота – мое лицо; не уйти мне от темноты; ощутила темноту. Темнота связана с пустотой: пустота во мне росла, росла... росла, росла...; смотрела в пустую ночь». Образно говоря, темнота и пустота проникают в душу героини. В попытке найти равновесие она закрывает окно, продолжает стоять перед ним, «стоят пред чернотой окна в ночь смотреть и слушать дождь и слушать волны». В этом небольшом фрагменте текста сформулирован смысл всей ее последующей жизни.

Таинственным образом оказывается, что и в таком состоянии она ощущает свет: «вместе с тем я ощущала, что свечусь; пустая темнота светилась так тихо без слов, без значения; светилась у меня внутри».

Вернемся к начальному высказыванию Фоссе в интервью о сияющей темноте в его произведениях. Значение слова «свет» дополняется здесь многочисленными коннотациями, зависящими от интерпретации и потенциальных творческих возможностей читателя, который становится соавтором драматурга. Свет, сияние – это поиск внутреннего равновесия, знак принятия обстоятельств, изменение в душе героини, и безусловно, неугаваемая надежда. Время исчезает с изменением пространства.

В этом фрагменте текста усилена повторяемость и связанная с ней ритмизация. На уровне слов (темнота, ощущала, росла), словосочетаний (ощутила темноту, сильнее намного), предложений (я ощущала волны; я ощущала, что пустая темнота светилась). Автор передает резкое изменение душевного состояния героини; проходит много лет, но женщина навсегда остается жить в прекрасном доме на фьорде. Юн Фоссе подводит героиню к внутренним переменам – узнаванию, пониманию, озарению, прозрению, принятию, терпению; она начинает чувствовать себя частью мира и природы, таких, как дождь, ветер, волны. Этот мир, как и человек, находится одновременно в прошлом, настоящем, будущем. Частотный анализ показал, что среди временных форм доминируют прошедшее время («было» – 74 употребления, тогда как «будет» – 9); модели сослагательного наклонения («было бы» – 25); языковые единицы с модальным значением вероятности («может» – 59 употреблений). Все это доказывает обращенность героев к прошлому и их многократные попытки предположить возможный ход событий в том же прошлом. Вероятно, поэтому пожилая женщина, вспоминая тот день, видит себя молодой. На самом деле автор показывает ее духовное восхождение на новую ступень. Она ощущает природу не только как величественный пейзаж и картину, фон происходящего. Она постигает смысл пустоты, вслед за Асле; она проникается стихией и неизбежной

трагичностью мира. Женщина обречена на постоянную рефлексию и детальный анализ прошлого. И, как ни парадоксально, эта статичность, это замирание и оказываются настоящей живой жизнью, как темнота, наполненная светом.

Стоит обратиться и к философскому обоснованию художественной концепции Фоссе. В интервью Нобелевский лауреат отмечает, что углубленно изучал труды М. Хайдеггера, С. Кьеркегора, Л. Витгенштейна, и эти авторы оказали значительное влияние на его сознание.

Тревога, охватившая женщину, нарастает, достигает критической точки, но потом дает толчок к возникновению нового внутреннего состояния.

В монологе героиня признается, что она «ничто»; это слово употребляется дважды; более того используется прием гиперболизации, выраженной графически: слово написано большими буквами. Понятие «Ничто» восходит к экзистенциальной теории М. Хайдеггера. «Ничто» трактуется сложно и обозначает определенную степень приближения к истине и смыслу; «ничто» открывается в состоянии «фундаментального настроения ужаса», когда человек ощущает бессилие перед неотвратимыми обстоятельствами [Гогинский, 2023]. Это квинтэссенция тревоги. Она проявляется в «оцепенелом покое»; перед его лицом умолкает всякое говорение. «Ничто» сродни несуществованию, но из него впоследствии рождается осмысление. М. Хайдеггер придает тревоге (и ужасу) особые свойства бытия, рассматривает их как философские категории; пребывая в этом состоянии, человек открывает подлинную сущность, становится самим собой. За кажущейся простотой сюжета скрывается этот сложный духовный путь, которым автор ведет свою героиню. Она не растворяется в мире и природе, не теряет себя, она приближается к подлинности. Последняя заключается в постоянной рефлексии как основного свойства сознания, в анализе собственной вины, прошлого, оценке настоящего и ожидании. В ожидании в пьесе представлена сама жизнь; ожидание становится определяющим признаком и свойством бытия.

Житейская устроенность и спокойная размеренность жизни подруги (молодой, пожилой) с неизменным ритуалом – приехать в гости, общаться, гулять на фьорде, рассматривать дом, ждать возвращения мужа, который уехал по делам в город, – оказывается более пустой, чем жизнь жены Асле. С годами изменяется и добавляется единственное – пожилая подруга дает множество советов и наставлений. Она находит, что жизнь женщины в обветшалом доме на фьорде тосклива, холодна, однообразна, что ту гнетет одиночество; она предлагает ей найти мужа, переехать в город, совершенно не отражая, что в этом доме живет не только пожилая подруга, но и Память («я уже так долго здесь живу все воспоминания»).

Главной чертой своего стиля и мастерства Юн Фоссе называет «язык тишины, или молчания». Он обращается к известной цитате Л. Витгенштейна: «О том, о чем сказать невозможно, следует молчать». Непроизнесенное может быть написано; передать молчание, тишину помогают паузы, которые Фоссе обозначает в тексте как длинные или короткие.

«Это слово – «пауза» – без сомнений самое важное слово в моих пьесах, чаще которого я употребляю только «долгая пауза» и «короткая пауза». В эти паузы вмещается так много или слишком мало» [Jon Fosse, 2024].

Умение слушать, с точки зрения драматурга, это умение слушать тишину. Молчание и тишина – это пространство, где слышны и эмоциональные всплески, и голос Бога, и музыка. Фоссе признается, что пишет именно так, как играл бы музыку. В интервью слово «silence», будучи абстрактным существительным, употребляется во множественном числе. Этим передается идея усиления, значимой повторяемости, неограниченности. Говоря о тексте, Фоссе употребляет слово «space» – пространство, космос. И это метафо-

ричное в данном контексте употребление придает новый оттенок слову «silences», делая его коннотативное значение более объемным.

Таким образом, анализ и интерпретация текста позволили проследить путь реализации основных положений (связь с философией экзистенциализма) и эмоциональных установок творчества автора; выявить основные языковые средства, обуславливающие неповторимость немногословного, бесконечного в смысловых ракурсах текста Юна Фоссе.

Список литературы

1. Гагинский, А. М. Хайдеггер. Ничто и преодоление страха смерти // Философский журнал. – 2023. – №3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/haydegger-nichto-i-preodolenie-straha-smerti> (дата обращения: 11.08.2024).
2. Кьеркегор, С. Повторение. – М. : Лабиринт, 1997. – 157 с.
3. Омельченко, Е. В. «Выразить невыразимое»: фасцинативные средства и приемы в пьесе Юна Фоссе «Однажды летним днем» / XI Лазаревские чтения «Лики традиционной культуры в современном культурном пространстве: от прошлого к будущему» : сб. материалов междунар. науч. конф. – Челябинск : Челяб. гос. ин-т культуры, 2024. – С. 63-67.
4. Омельченко, Е. В. Фасцинативная коммуникативная стратегия в различных типах дискурса : монография. – Челябинск : ЧГПУ. – 2013. – 223 с.
5. Омельченко, Е. В. Фасцинативные явления в коммуникативном пространстве фильмов Андрея Тарковского // Вестник Челяб. гос. ун-та. – 2015. – №20 (375). Филология. Искусствоведение. – Вып. 97. – С. 88–93.
6. Соковнин, В. М. Что такое фасцинация. – Екатеринбург: АФА, 2009. – 56 с. – Текст : непосредственный.
7. Фоссе, Ю. Однажды летним днем. Пер. А. Рыбиковой / Однажды летним днем // пер. А. Рыбиковой. – 1998. – 62 с.
8. Fosse J. Saying the Unsayable, and Listening to Silence: Jon Fosse on How Writing Plays Transformed His Craft // Literary Hub. – 2024. – URL: <https://lithub.com/saying-the-unsayable-and-listening-to-silence-jon-fosse-on-how-writing-plays-transformed-his-craft/> (дата обращения: 11.08.2024).
9. Jon Fosse: Writing like praying [видеозапись] // YouTube. – URL: https://www.youtube.com/watch?v=7_KEcogE8LE (дата обращения: 11.08.2024).

Е. А. ОСОКИНА

Лингвистический аутсорсинг
(Москва, Россия)

ОБРАЗЫ НЕБЕСНЫХ СВЕТИЛ В ПЕСЕННОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКСТОВ ПЕСЕН РЭП-ИСПОЛНИТЕЛЕЙ)

THE IMAGES OF HEAVENLY BODIES IN SONG DISCOURSE (ON THE MATERIAL OF THE LYRICS OF RAPPERS)

Аннотация

В статье выделяются группы значений, которые приобретают лексемы, вербализующие образы небесных светил в рэп-дискурсе. Данные группы значений разнообразны, многочисленными группами значений являются группы, связанные с тропами. Нами

Abstract

In the article the groups of meanings of the lexemes verbalizing the images of heavenly bodies in rap discourse are distinguished. These groups of meanings are different, numerous groups of meanings are connected with tropes. The lyrics of Russian and foreign rap artists are analyzed. The features of lyrics in such genre as rap are determined. The lyrics of Russian rap artists are existential, the texts are full of figurative and expressive means while the lyrics of foreign authors are less reflective. Tropes in the lyrics of Russian authors are multifaceted, the individual author's meaning becomes clearly expressed. Such linguistic phenomenon as precedent is gaining importance. The lyrics of various authors are united by the presence of slang words, obscene language, mentioning brands, the names of other rappers etc.

Ключевые слова: рэп, песенный дискурс, образы небесных светил, тропы, прецедентность, русские рэп-исполнители, зарубежные рэп-исполнители.

Keywords: rap, song discourse, the images of heavenly bodies, tropes, precedent, Russian rap artists, foreign rap artists.

В настоящее время такой жанр, как рэп, приобретает большую популярность. Рэп зародился в 1970-х годах в гетто в Нью-Йорке. Истоки этого жанра восходят к западноафриканской традиции; музыканты из западной Африки принесли рэп в США. Данный жанр характеризуется особой ритмической организацией строк. Тексты повествуют об обыденной жизни; одновременно они отличаются поэтичностью и игрой слов. В России жанр появился в 1980-е годы [Воложанина, Куц, 2021, с. 24]. Лингвисты находят сходство современной рэп-поэзии со стихами В. В. Маяковского и И. А. Бродского [Черняков, 2024].

Мы рассмотрели тексты песен, в которых присутствуют лексемы, обозначающие небесные светила: «звезда», «солнце», «луна», «месяц», а также их дериваты. Проанализировано 674 текста песни современных русскоязычных и англоязычных рэп-исполнителей. Некоторые рэп-группы активно гастролируют по России и имеют множество поклонников: «25/17», «Многоточие», «Нигатив», их тексты также включены в статью.

Цель статьи – выявление значений лексем «звезда», «солнце», «луна», «месяц» и их дериватов в песенном дискурсе на материале текстов песен рэп-исполнителей.

Под «песенным дискурсом» мы будем понимать «вербально и музыкально опосредованную коммуникацию, которая включает в себя участников (автора / исполнителя – слушателя), которая имеет социальные, национальные, временные, географические характеристики и которая нацелена на трансляцию культурных ценностей» [Осокина, 2021, с. 54]. При этом текст мы будем понимать как продукт дискурса.

В процессе анализа текстов песен мы выделили определенные особенности данного музыкального жанра: для рэп-исполнителей не существует запретных тем, тексты песен часто носят провокационный характер, наряду с художественными описаниями встречаются жаргонизмы и ненормативная лексика [Дивеева, 2022, с. 8]. Особый интерес для нас представляют тексты песен на экзистенциальные темы, что отличает творчество русскоязычных рэп-исполнителей; в подобных текстах песен широко используются тропы (метафоры, олицетворения и др.). Разделение текстов песен на четкие группы значений затруднительно, поскольку многочисленные тропы становятся синкретичными; в ряде текстов песен появляется индивидуально-авторское значение («25/17», «Триада», Дельфин, Ругоkinesis и др.) [Аскерова, Дивеева, 2023, с. 78].

В текстах песен рэп-исполнителей небесные светила могут быть олицетворены. К примеру, большим количеством тропов отличаются тексты песен таких исполнителей, как Nogus (известен и под псевдонимом «Луперкаль») и Дельфин:

– Меня **Солнце** приветствует в лучших традициях запада (Horus feat. LeanJe, «Одиноко»). Упоминается известный факт – солнце восходит на западе. Слово «Солнце» написано с заглавной буквы, что становится символическим для того или иного автора. Лирический герой поклоняется солнцу как языческому божеству.

Отметим, что среди рэп-исполнителей распространены фиты (от англ. «featuring» – «при участии») – «совместное исполнение и создание песни» [Благова, 2022, с. 44]. Имеют место фиты между исполнителями разных жанров (рэп, рок и поп).

– Где-то скитается **Солнце**, повернется Планета. На ней однодневки смотрят бесконечное лето (ATL feat. Зараза, Ка-тет, Horus, Dark Faders, «Нас нет»). Вероятно, под «однодневками» имеются в виду люди, живущие на планете.

– За дверью ждал февраль – белый, как Деникин. **Солнце** мутным зрачком мне подмигивало. Просто вникни в мой настрой... (Луперкаль, «Медвежий угол»). В контексте имеется прецедентность (см. прецедентность): Антон Деникин – лидер Белого движения во времена Гражданской войны, таким образом, появляется омонимия: «белый» – «относящийся к цвету зимы и к движению во время Гражданской войны».

– И в алом платье **звезд-невест** ты выйдешь утром на порог (Дельфин, «Солнце мое»).

– Бесконечное вниз стремление, награжденное **солнца** взглядом, принесет траве упоение. Нас с тобою положат рядом (Дельфин, «Серебро»). Водная стихия одушевлена; она, подобно человеку, живет и умирает.

– **Солнце** с утра в окно постучится. Знаешь, я тебя не люблю («Pizza» feat. «Нигатив», «Не люблю»).

– Я волком завою, когда прикажет **луна** («25/17», «Луна»). В контексте небесное светило олицетворено. Слова «волком», «завою», «луна» семантически связаны друг с другом. Выражение «завыть волком» относится к фразеологизмам и имеет значение «горько жаловаться, сетовать на судьбу» (разг.) [Федоров, 2008]. Присутствует аллюзия на роман «Мастер и Маргарита» М.А. Булгакова («Где-то на Лысой Горе в котле варят горе»).

В тексте песни рэп-исполнителя Pharaoh наблюдается обратный случай – с небесным светилом ассоциируется человек:

– Каждый в моем скваде – одинокая **звезда** (Pharaoh, «Одинокая звезда»). Сквад – обозначение команды компьютерных игроков [Игровой сленг]. Слово «squad» переводится с английского языка как «команда», «группа», оно нередко употребляется в рэп-текстах.

Олицетворяя небесные светила, лирические герои обращаются к ним:

– **Луна**, расцвети самым ярким бутонем богини, что с неба упала! Танцуй, полумесяц, танцуй, уводя за собой в темноту (Pyrokinesis, «Танцуй, полумесяц»).

В иностранных рэп-текстах мы встретили метафору «shoot the moon» («целиться», «стрелять в луну»):

– ...I'm raising the bar, I shoot for the **moon** (Eminem, «Not afraid»). Я поднимаю планку, я целюсь в луну. Лирический герой песни полон бодрости и сил, вероятно, значение этой метафоры многовариантно и зависит от контекста, выражается стремление героя к небесной высоте, к покорению неизведанного и одновременно к разрушению загадочных образов.

– When I shoot the **moon**, high jump the broom (UGK feat. OutKast, «Int'l Players Anthem (I Choose You)»). Когда я целюсь в луну, высоко скачу на метле... Возникает ассоциация с нечистой силой; фраза «jump the broom» также имеет отношение к женитьбе.

Лирический герой песен устремлен в бесконечность, в космос:

– Focus mod – **звездонад**, мыслей не видать рубеж (Horus, «Гильгамеш»). «Focus mod» в переводе с английского означает «определенный ракурс камеры при съемке видео», выражается сосредоточенность лирического героя песни.

– Гром, **межзвездные** корабли, в мыслях своих утоняют MC («Bad Balance», «Межзвездные корабли»). Под MC (от англ. – «master of ceremonies») понимаются рэперы [Musician wave].

– *I'm a space bound rocketship and your heart's the moon, and I'm aiming right at you... Just promise me you'll think of me every time you look up in the sky and see a star 'cause I'm a...* (Eminem, «Space Bound»). Я ракета, летящая в космос, а твое сердце – луна, и я целюсь прямо в тебя... Просто пообещай мне, что будешь думать обо мне каждый раз, когда помотришь на небо и увидишь звезду, потому что я... Высказывание «*your heart's the moon*» («твое сердце – луна») представляет собой метафору. Присутствует языковое явление – недоговоренность, которая способствует развитию интерпретации текста песни.

В текстах песен русских и иноязычных певцов лексема «звезда» употребляется в значении «знаменитость», это значение является распространенным:

– *Бывшая звезда сегодня в баре – лох* (Луперкаль, «Шмэп»). Речь идет о знаменитости, утратившей свою популярность. Употребляется жаргонизм «лох», имеющий негативную коннотацию («глупый человек») [Мостицкий, 2005–2012]. Подобные лексические единицы характерны для рэп-текстов.

– *Ты бедный – диагноз, про жизнь такого не споят из ящика падишие звезды – ни Шнур, ни Коган* (Луперкаль feat. Бранимир, «Белый лебедь»). Слово «звезда» в сочетании с эпитетом «падиший» несет негативную коннотацию. Наблюдается прецедентность: Сергей Шнуров и Юлия Коган – участники рок-группы «Ленинград», которая известна большим количеством текстов с обценной лексикой.

– *Got a fanbase thats bigger than an average star* (Eminem feat. Trick-Trick, «Welcome 2 Detroit»). *Фанатов у меня больше, чем у звезды среднего масштаба.*

– *We don't look nothing like the people on the screen, you know, the movie stars, picture-perfect beauty queens* (J. Cole, «Crooked Smile»). *Мы совсем не выглядим, как люди на экране, ты знаешь, кинозвезды, королевы красоты, словно с картинок.*

Лексемы «звезда», «солнце», «луна» имеют отношение к пейзажу (это является особенностью текстов песен групп «Bad Balance» и «Михей и Джуманджи»):

– *В зените солнечный свет лучами палит* («Bad Balance», «Светлая музыка»).

– *Дорожная пыль простилается по трассе, солнце восходит, машины фары гасят* («Bad Balance», «Городская тоска»).

– *Поле, тропа, зеленая трава загадочно шепчет, птицы щебечут. Звезд как никогда, полна тяжелая вода. Густые облака, за ними мутнеет луна* («Bad Balance», «Страсть»).

– *Звезды на небе, в городе – огни, они горят для того, чтоб освещать пути* («Bad Balance», «Джаз – это „немузыка“»). В данном примере естественное («звезды») и искусственное («огни») противопоставлены друг другу.

Небесное светило (особенно «солнце») связано с оптимизмом, беспечностью, яркостью жизни:

– *Давай уйдем туда, где светит солнце, там нет мирских сует и вожделений* («Михей и Джуманджи», «Так чисто»).

– *Поняв, что комната тесна, уйдем опять навстречу к солнцу* (Horus, «Костер»).

Небесное светило становится воплощением искренней любви:

– *Город джунглей, я люблю, я люблю, я люблю тебя, как звезды* («Bad Balance», «Город джунглей»). В примере употреблен такой троп, как сравнение.

– *Для тебя, для тебя этот солнечный свет* («Михей и «Джуманджи», «Для тебя»).

– *Солнце взойдет, и все будет, я знаю, снова пишу тебе, как я люблю* (Mozee Montana, «Тону»).

Возникает также ассоциация с любимым человеком:

– Я всю ночь смотрел на **Луну**, и она сводила с ума, долететь до нее не могу, ей спуститься не вариант. Из-за километровых преград мы играем в гляделки опять, воздухом дышим, но в этом воздухе, слышишь, очень мало тебя (Feduk, «Луна»).

– Сегодня ночью одна лишь **звезда** в небе черном так ярко блестит. Я знаю точно, что это она, где-то там обо мне грустит. Во всем нахожу тебя! (Смоки Мо, «Одинокая звезда»). Образ звезды олицетворен, и герой песни узнает в нем любимого человека.

– С улыбкой ныряя глубже, чем зеркало, белое платье сияло так, что **солнце** меркло («25/17», «Звезда»). Свадьба лирических героев песни затмевает сияние небесных светил; персонажей связывают глубокие чувства, хотя их любовь, согласно тексту песни, становится несчастной.

– You're a **sunflower**, I think your love would be too much or you'll be left in the dust unless I stuck by ya (Post Malone feat. Swae Lee, «Sunflower»). Ты – подсолнух, я думаю, что твоей любви было бы слишком много, или ты останешься в пыли, если я не буду с тобой.

Небесное светило становится отражением душевного состояния героя:

– **Солнце** дарит день, **луна** дарит ночь, мне почему-то все равно (Loc-Dog feat. Масап, «Все равно»).

– Мне плевать на это **солнце**, хочу снова того драйва, как в 20 (Смоки Мо feat. Mirove1, «Так вышло»). Употреблены жаргонизмы «плевать» – «быть равнодушным» и «драйв» – «находиться в бодром, приподнятом настроении» [Елистратов, 2002].

– Когда молчаливой боли душа полна, тогда над головой лишь горькая **луна** («Многоточие», «Горькая луна»).

– **Солнца** нет – под навесом судьбы ища ответ – мы сжигаем мосты... Больше **солнца** в моих тусклых глазах, будучи ребенком – я прятал свои слезы в руках... **Солнца** нет для тех, кто далеко, для тех, кто там... («Многоточие», «Солнца нет»). Лирический герой песни предается размышлениям: он вспоминает свое детство и тех, кого нет с ним рядом; солнце ассоциируется со счастливыми мгновениями жизни, а его отсутствие – с печалью.

В тексте песни «8 mile» известного рэп-исполнителя Eminem отсутствие небесного светила связано с угнетенным душевным состоянием лирического героя:

– There is no **sun**, and it's so dark. Sometimes I feel like I'm just being pulled apart, I'm torn in my limbs by each one of my friends (Eminem, «8 mile», саундтрек к фильму «Восьмая миля»). Нет солнца, слишком темно, иногда я чувствую себя так, как будто я разорван на части каждым своим другом.

Образы небесных светил имеют отношение к разочарованию, увяданию, апатии:

– Искра света – фейерверк, вспыхнул где-то и померк, сгорел ярким огнем дотла, успел кто-то сказать: «**Звезда**» (Дельфин, «Звезда»). Появляется индивидуально-авторское значение лексем, вербализующих образы небесных светил.

– Ты так хотела увидеть **звезды**, но я покажу только, как они гаснут (Markul feat. Тося Чайкина, «Стрелы»). Лирический герой песни – человек, не способный на глубокие чувства к девушке, которая внезапно влюбляется в него.

Образ луны связан с безумием, абсурдом, парадоксом:

– Над нами дно, на дне **луна**. Светись так ярко, чтобы дотла. Не отпускаяй, когда нас накроет волна (Markul, «Сурена»). Лирический герой песни попадает в плен к сирене. Создается мистическая атмосфера. Присутствует оксюморон «на дне луна».

– Я вижу только **Луну** и только тебя на ней (Markul, «Ненормальный»). Небесное светило связано с сильными чувствами лирического героя песни.

– When the **moon** shines like Ice Road Truckers I look like a villain outta those blockbusters, Godzilla, fire spitter, monster, blood on the dance floor and on the Louis V carpet (Eminem, «Godzilla»). Когда луна светит, как в «Ледовом пути дальнотойщиков», я похож на зло-

дея из тех самых блокбастеров, годзилла, огнедышащий монстр, кровь на танцполе и на ковре от Луи Ви. В контексте имеется в виду сериал «Ледовый путь дальнотбойщиков» и особенный белый цвет луны, так как действие сериала происходит на Аляске и в Канаде [Перевод песен Eminem: перевод песни Godzilla].

В текстах песен рэп-исполнителя Obladaet фигурируют названия брендов (*Givenchy*, *Lacoste*). Отметим, что обращение к брендам представляет значимость для рэп-исполнителей – таким образом, обитатели улиц и жители бедных районов пытались затмить своих оппонентов, стремление к гедонизму и роскошной жизни стало для них приоритетом [Воложанина, Куц, 2021, с. 27]:

– Будто на мне *Givenchy* – **звезды** вокруг (Obladaet, «Star Trek», рэп-баттл 2013–2014).

– Доспехи Бога блеснут на **солнце**, хищный *Lacoste* прикроет плешь (Obladaet, «Fashion TV»).

В приведенных ниже примерах наблюдается сходство небесных светил с рукотворными предметами (признак «артефакт»). Небесные светила сравниваются с ювелирными украшениями и драгоценными камнями:

– *Girl, you look beautiful tonight, stars on the roof, they're matching with the jewelry* (Post Malone, «Psycho»). Девочка, ты выглядишь прекрасно сегодня, звезды на крыше подходят к украшениям.

– Вечереет, **луна** лелеет летние линии, аллеи славы, сапфирами **звезд** усеяно небо, смотри – горит и твоя там где-то!» («Triada», «Моя звезда»). На фонетическом уровне наблюдается аллитерация («луна лелеет летние линии», «аллеи славы»).

На лексическом уровне в текстах отмечается такое явление, как фразеологизм:

– Я упал с **Луны**, здесь танцуют слоны, в тайге поют медведи (Луперкаль feat. «25/17», «Человек, упавший с Луны»). Создается атмосфера шутовства и абсурда. Фразеологический оборот «упасть с луны» означает «не знать общеизвестного» [Телия, 2006].

– Ведь я не родился под **солнцем**, эй, какие знакомства? Голод – мой единственный спонсор (Markul, «B.I.D»). В измененном варианте использовано крылатое выражение «место под солнцем», означающее «полноправное существование» [Телия, 2006].

В текстах песен музыкального жанра «рэп» часто встречается прецедентность. Согласно Г.Г. Слышкину, «под прецедентным текстом понимается любая, характеризующаяся цельностью и связностью последовательность знаковых единиц, обладающая ценностной значимостью для определенной культурной группы» [Слышкин, 2000, с. 28].

Приведем примеры подобных текстов:

– Что для тебя счастье – это ворох фоточек? Или когда в твоих ладошках **солнышко** и в небе восхитительный венок из **звездочек**? (Horus, «Ди Каприо»). Употребляются диминутивы («солнышко», «звездочек»). Создается впечатление, будто небесные светила – это предметы. Присутствует отсылка к тексту песни «Солнышко» поп-группы «Демо» – «Солнышко в руках и венок из звезд в небесах»; возможно, в данном контексте отсылка носит иронический характер, что связано с пренебрежительным отношением рэперов к поп-музыке.

– Где тебя носит, **звездный** кочевник? Если получен приказ «вперед», к дальним мирам, где огонь и лед? Создан лететь до **звезды** далекой. Ну да, на то ты и **звездолет**. Мимо **созвездий**, на торс нанизав планетарные кольца, протуберанцы лизали обшивку, как языки незнакомого **Солнца**. Та **звезда** также далека – черепаха и Ахиллес (Horus feat. Аманит, «Номад»). Создается семантическое поле «космос»: «протуберанцы», «планетарные кольца», «солнце», «созвездий», «звезда», «звездолет». В тексте песни имеется прецедентность – апория «Ахиллес и черепаха» древнегреческого философа Зенона.

– И затрясутся Афон и Кааба, вторя покорно ударам по бубну, глядя, как ярко горят в небе **звезд** мириады (Horus, «Адонай»). В тексте песни упоминаются святые Афон и

Кааба – православная и мусульманская, соответственно, а выражение «*мириады звезд*» имеет отношение к пейзажу. Текст песни напоминает описание апокалипсиса.

– *И глядя на Луну с балкона, я тихонечко вою, ведь не вернуться мне туда, как Дэвиду Боуи* (Луперкаль feat. «25/17», «Человек, упавший с Луны»). Присутствует аллюзия на творчество рок-певца Дэвида Боуи, для которого тема космоса была значимой.

– *В этой игре нельзя опоздать, значит – гори, гори, моя звезда! Оттачиваем, как мечи, лирики слова! Ярче гори, гори, моя звезда!.. Моя звезда не во лбу горит, а в сердце греет!* («Triada», «Моя звезда»). Лексема «звезда» приобретает особое значение для автора, возникает индивидуально-авторское значение. Выявлены отсылки к известному романсу «Гори, гори, моя звезда» (музыка П. Булахов, сл. В. Чуевский) и к произведению А.С. Пушкина «Сказка о царе Салтане».

В тексте песни рэп-исполнителя Rurokinesis присутствует реминисценция – миф об Икаре:

– *Но, родная, ты пойми, мы просто прикоснувшиеся к солнцу, наши ослепли небеса* (Rurokinesis, «Прикоснувшиеся к солнцу»).

В отдельных текстах песен мы обнаружили стилистическую фигуру – контраст:

– *This is our sun, this is our rain, this is our win, this is our fail* (Little Simz, «Wings»). *Это наше солнце, это наш дождь, это наша победа, это наше поражение.* Солнце и дождь в примере противопоставлены друг другу.

– *Мир и так уже, как асфальт, серый, так нарисуем белым мелом солнце на черных стенах* (Detsl aka Le Truck, «Рэп – это...»).

На лексическом уровне выделяется оксюморон:

– *Как же я сосредоточен – я поймаю солнце ночью* (Mnogoznaal, «Ловец солнца»).

В процессе анализа текстов песен мы выделили следующие группы значений лексем, вербализующих образы небесных светил: 1) олицетворение образа небесного светила; 2) обращение к образам небесных светил; 3) тема космоса; 4) обозначение знаменитого человека; 5) часть пейзажа; 6) оптимизм, беспечность, яркость жизни; 7) тема любви; 8) ассоциация с любимым человеком; 9) отражение душевного состояния; 10) разочарование, увядание, апатия; 11) атмосфера безумия, абсурда, парадокса; 12) упоминание бренда; 13) предмет, признак «артефакт»; 14) фразеологизм; 15) прецедентность; 16) контраст.

Отличительной чертой рэп-текстов является прецедентность – цитируются имена, определяются ситуации, свойства, феномены, знакомые только поклонникам рэпа и его исследователям. Рэперы нередко упоминают друг друга в текстах песен, используют особый сленг для общения между собой (например, «текста» вместо «тексты», «homie» – от англ. «друг»). С одной стороны, формируется своеобразное «братство» рэперов, но, с другой стороны, организуются и рэп-баттлы, которые представляют собой словесные поединки. Тексты песен различных рэп-исполнителей объединяют такие особенности, как наличие обсценной лексики и жаргонизмов, упоминание брендов, игра слов. Тексты песен русскоязычных рэп-исполнителей наполнены глубокими размышлениями и средствами художественной выразительности, наблюдается связь с русскими поэтическими традициями по форме (ритмизация, пафос, декламация) и по содержанию (насыщенная экзистенция, рефлексия, духовный поиск), в то время как тексты песен иностранных рэп-исполнителей чаще повествуют о простоте уличной жизни и близки шансону, что позволяет сделать вывод о поверхностности содержания зарубежных текстов песен.

Список литературы

1. Аскерова, Э. М., Дивеева, А. А. Образные средства и их трансформация в рэп-текстах // Verba. Северо-Западный лингвистический журнал. – 2023. – 3(8). – С. 73-84.

2. Благова, А. О. Поэзия Серебряного века в рэп-культуре XXI века / А. О. Благова // Словесное искусство Серебряного века и русского зарубежья: проблемы преемственности (V Смирновские чтения): материалы V Междунар. научной конф. – Москва, 2022. – С. 40-48.
3. Воложанина, Т. С., Куц, Ю. Ю. Лингвистические особенности рэпа // Всероссийский научно-информационный альманах. – Санкт-Петербург, 2021. – Т. 1. – Вып. 20. – С. 23-28.
4. Дивеева, А. А. Русский рэп-текст: структура, семантика, прагматика : специальность 10.02.01. «Русский язык» : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Алина Альбертовна Дивеева. – Череповец, 2022. – 24 с.
5. Елистратов, В. С. Словарь русского арго. – Грамота.ру., 2002. – URL: https://russian_argo.academic.ru/3179/%D0%B4%D1%80%D0%B0%D0%B9%D0%B2 (дата обращения: 04.08.2024).
6. Игровой сленг. – URL: <https://gameslang.com/ru/%D1%81%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D0%B4> (дата обращения: 03.08.2024).
7. Мостицкий, И. Универсальный дополнительный практический толковый словарь. – 2005–2012. – URL: https://mostitsky_universal.academic.ru/3041/%D0%BB%D0%BE%D1%85 (дата обращения: 03.08.2024).
8. Осокина, Е. А. Средства и способы вербализации образов небесных светил в песенном дискурсе : специальность 10.02.19 «Теория языка» : дис. ... канд. филол. наук / Елизавета Алексеевна Осокина. – Челябинск, 2021. – 242 с.
9. Перевод песен Eminem: перевод песни Godzilla. – URL: <https://www.amalgama-lab.com/songs/e/eminem/godzilla.html> (дата обращения: 03.08.2024).
10. Слышкин, Г. Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе / Г. Г. Слышкин. – Москва : Academia, 2000. – 125 с.
11. Телия, Е. Н. Большой фразеологический словарь русского языка. – Москва : АСТ-Пресс, 2006. – URL: https://phrase_dictionary.academic.ru/ (дата обращения: 03.08.2024).
12. Федоров, А. И. Фразеологический словарь русского литературного языка. – Москва : Астрель, 2008. – URL: https://phraseology.academic.ru/2192/%D0%92%D0%BE%D0%BB%D0%BA%D0%BE%D0%BC_%D0%B2%D1%8B%D1%82%D1%8C (дата обращения: 04.08.2024).
13. Черняков, А. Маяковский, Летов, Хаски: в чем феномен русского рэпа? – URL: <https://www.gazeta.ru/comments/column/articles/19362031.shtml> (дата обращения: 05.08.2024).
14. Musician wave. – URL: <https://www.musicianwave.com/what-is-an-mc-in-rap/> (дата обращения: 03.08.2024).

Г. Г. ПЕДИЧ

Московская гос. академия ветер. медицины и биотехнологии –
МВА имени К. И. Скрябина
(Москва, Россия)

ИСТОКИ РУССКОЙ СЛОВЕСНОСТИ

THE ORIGINS OF RUSSIAN LITERATURE

Аннотация

Прародителем славянских языков считается праиндоевропейский, из которого в дальнейшем вышла праславянская ветвь языка. Полторы тысячи лет назад восточными славянами было создано государство Киевская Русь. Письменность развивалась не одно тысячелетие. Первый вид письменности, известный ныне – пиктография, затем звуко-буквенное письмо. Традиционно считается, что отправной точкой появления письменности на Руси является принятие христианства в X веке. Но ряд документов указывает на то, что восточные славяне знали о письменности многим ранее. Новый виток в истории развития русской словесности начался с принятием христианства. Церковнославянский язык был богат архаизмами, грецизмами и латинизмами и использовался только для написания церковных книг, богослужений. На его основе языка в дальнейшем сформировался русский литературный язык и культура. В статье рассказывается об истории возникновения русского языка.

Abstract

The progenitor of the Slavic languages is considered to be proto-Indo-European, from which the proto-Slavic branch of the language later emerged. Fifteen hundred years ago, the Eastern Slavs created the state of Kievan Rus. Writing has been developing for thousands of years. The first type of writing that is now known is pictography, then sound-letter writing. Traditionally, it is believed that the starting point of the appearance of writing in Russia is the adoption of Christianity in the 10th century. But a number of documents indicate that the Eastern Slavs knew about writing much earlier. A new round in the history of the development of Russian literature began with the adoption of Christianity. The Church Slavonic language was rich in archaisms, Graecisms and Latinisms and was used only for writing church books and divine services. On the basis of his language, the Russian literary language and culture were later formed. The article tells about the history of the Russian language.

Ключевые слова: праславянский язык, племена, древнерусский язык, славяне, руны, письменность.

Keywords: Proto-Slavic language, tribes, Old Russian language, Slavs, runes, writing.

Первое, что приходит на ум, когда разговор заходит о русской словесности, в частности, письменности – азбука, созданная равноапостольными братьями Кириллом и Мефодием. Но на самом деле история русского языка насчитывает не одно тысячелетие.

Прародителем славянских языков считается праиндоевропейский, из которого в дальнейшем вышла праславянская ветвь языка. Произошло это около 5 тысяч лет назад. Под влиянием ряда факторов праславянский язык в свою очередь разделился на ветви восточного, западного и южного языков. Русский язык относится к восточной ветви. Наиболее близкие к нему по лексическому составу, грамматике и синтаксису белорусский и украинский языки.

Полторы тысячи лет назад восточными славянами было создано государство Киевская Русь. Язык племен, образовавших русскую народность, стал называться общевосточнославянским или древнерусским.

С этого момента история русского языка разделяется на два условных периода – дописьменный, который продолжался до XI века и исторический, с XI века. Такое разделение связано с тем, что именно в XI века появились известные нам первые памятники восточнославянской письменности.

Письмо развивалось не одно тысячелетие. Первый вид письменности, известный ныне – пиктография. События изображались с помощью схематических рисунков. Зарисовывались сначала отдельные предметы, затем их условные изображения. Тысячелетия понадобились людям, чтобы научиться передавать информацию не с помощью рисунков, а знаков, передаваемых звуку.

Позднее появляется звуко-буквенное письмо. Изначально в нем были только буквы, обозначавшие согласные звуки. Более печальная участь постигла гласные звуки. Их или и вовсе никоим образом не обозначали на письме, либо же заменялись специальными знаками. Такое письмо называлось слоговым и было распространено у семитских народов и финикийян. В основу греческого алфавита легла финикийская письменность. В дальнейшем именно греческий алфавит стал основой славянской азбуки.

Традиционно считается, что отправной точкой появления письменности на Руси является принятие христианства в X веке. Но ряд документов указывает на то, что восточные славяне знали о письменности многим ранее.

Еще в дописьменный период небольшие княжества, из которых состояла Киевская Русь, имели собственные виды письменности. Это и велесовица, и бояновица и ряд других. Первые памятники словесности не только передавались из уст в уста, но и записывались на коже, бересте, пергаменте, глиняных или деревянных дощечках. Некоторые из памятков можно назвать протописьменностью.

Исследователями найдены винчианские письмена, изучением которых занимаются современные археологи. Выдвигается гипотеза, что винчианцы могут быть праславянами, а их письменность – наиболее ранней среди славянских. К сожалению, найденные тексты до сих пор не были расшифрованы.

Наиболее известны среди исследователей руны, использовавшиеся западнославянскими княжествами, но в настоящее время активно изучаются и памятники письменности восточных славян. Один из таких памятников был найден под Рязанью в 1897 году. Это сосуд, на котором имеется надпись, состоящая из 14 знаков, не встречавшихся ранее.

В Троицком городище были найдены грузики с надписями. Учитывая то, что само поселение датируется IV – III в. до н.э., то артефакт указывает на то, что люди, жившие в черте современной Москвы, уже тогда владели письменностью.

Процесс изучения памятников достаточно сложен, так как все найденные артефакты с восточнославянскими руническими надписями достаточно краткие и фрагментарные, нередко подвержены искажению и повреждению из-за влияния времени и не могут быть расшифрованы однозначно.

Имелась у славян и своя особая система письма – узелковая. Согласно исследованиям, информация передавалась с помощью особым образом завязанных на длинной нитке узелков. Саму нить далее заматывали в клубки-книги. Вполне вероятно, что такие же узелки изображались и на керамике, бересте, металлических изделиях.

Упоминания об узелковой письменности часто встречаются в сказках. К примеру, Иван-царевич получает от Бабы Яги клубок. В то время, как клубок катится по дороге, он постепенно разматывает и дает возможность прочитать скрытую в нем информацию, найти дальнейший путь.

Подтверждают наличие узелковой письменности и археологические находки. Пользовалась такой письменностью лишь малая часть населения, основная масса людей применяла разве что родовые знаки и отдельные магические символы. После принятия христианства узелковая письменность ушла в прошлое.

Обнаружены были и надписи на стенах в древних храмах. Наиболее известные славянские руны – ратарей, лютичского западнославянского рода, которые ранее проживали на берегах Эльбы в Полабье. Были они обнаружены и на статуях богов из славянского храма ратарей в храме города Ретры. После разрушения храма в 1067 – 1068 годах жрецы спрятали эти надписи и только спустя 600 лет они были найдены исследователями и изучены.

В дописьменного периода до нас дошли такие памятники русской словесности, как мифы, сказки, пословицы, поговорки, былины. Они не записывались народом, передавались от родителей к детям, нередко претерпевали изменения. Одни детали исчезали, новые – добавлялись.

Новый виток в истории развития русской словесности начался с принятием христианства. Необходимо было знакомить народ со святым писанием, знакомить с новой верой.

В конце 862 года князя Ростислав и Святополк после долгих раздумий отправили за помощью послов к византийскому императору Михаилу III. Князья отмечали, несмотря на то, что Русь стала крещеной, у нее нет наставников, которые бы могли наставлять людей, научить их и объяснить святое писание. Люди не знали ни греческого, ни латинского языка. А те учителя, которые были на Руси и владели греческим языком, учили каждый на свой лад. Князья просили прислать людей, которые помогли бы в распространении новой веры.

В «Повести временных лет» отмечено, что царь Михаил вызвал к себе из города Салоники Кирилла и Мефодия, двух братьев, и отправил их на славянскую землю.

Кирилл и Мефодий родились в Македонии. Мефодий был старшим сыном в семье, Константин (Кирилл) были младшим. Отец был друнгарием при военачальнике города.

Кирилл с детства был способным учеником и освоил в совершенстве ряд наук, а в филологии и вовсе считался одним из лучших ученых своего времени. Не менее талантлив был и Мефодий.

В 863 году Кирилл и Мефодий составили славянскую азбуку и перевели Апостол и Евангелие на язык, понятный славянам. В основе азбуки был греческий алфавит, приспособленный для звуков славянского языка.

Приехав в Киевскую Русь, монахи помогли организовать богослужения на славянском языке, открыли школы, где можно было освоить письменность.

Со временем были переведены и богослужебные книги, с помощью которых священнослужители могли проводить молебны, читать проповеди, проводить богослужения. В «Повести временных лет» отмечено, что Мефодий посадил хороших скорописцев из числа монахов и за полгода они перевели все книги с греческого языка на славянский.

Именно создание славянской азбуки можно по праву считать ключевым этапом в процессе создания письменности. Кирилл не только создал азбуку, но и упорядочил славянское письмо. Конечно, со времен своего создания азбука претерпела множество изменений, исчезли из нее некоторые буквы и знаки, она стала проще и доступнее. Но для этих изменений потребовалось не одно столетие.

Интересно то, что рукописи X и XI веков написаны различными азбуками. Одна – кириллицей, а вторая – глаголицей. Азбуки схожи между собой, но кириллица имеет более простое и понятное начертание, в отличие от глаголицы.

Киевские листки, палимпсесты и другие древнейшие памятники написаны на глаголице, более архаичным языком, близким по фонетическому составу к южнославянскому

языку. Исторические памятники указывают на то, что глаголица возникла раньше кириллицы.

В дальнейшем кириллица, в которой буквы были написаны более простой и удобной формой, вытеснила глаголицу. Она стала основой русского алфавита, а название азбука произошло от первых букв Аз и Буки.

Первая известная на Руси книга, написанная кириллицей – «Остромирово Евангелие» датируется 1057 годов. Хранится памятник словесности в Санкт-Петербурге в библиотеке РАН.

При написании текстов кириллицей использовались лишь малые буквы. Большие или заглавные буквы были лишь в начале абзаца. Из-за того, что такие буквы всегда старались выделить, в том числе и за счет использования красных чернил, строка получила название красной, так как выделялась на фоне основного текста. Первые книги писали с помощью специального уставного письма, буквы были написаны прямо, на одинаковом расстоянии друг от друга, без промежутков между словами. К середине XIV века проявляется полуустав, буквы пишутся уже с наклоном, принцип оформления изменяется. И лишь в XV веке появляется скоропись.

В XI – XVII веке появились копии первоначальных переводов греческих богослужебных книг, были переведены церковные книги, созданы собственные памятники славянской письменности. Язык этих литературных произведений называют церковнославянским.

Церковнославянский язык был богат архаизмами, грецизмами и латинизмами и использовался только для написания церковных книг, богослужений. На его основе языка в дальнейшем сформировался русский литературный язык и культура.

Появление собственного алфавита дало толчок к развитию словесности. В то время образование получали в основном монахи, они же и занимались написанием, переводом или переписыванием книг. В этот период появляются первые летописи, например «Повесть временных лет», «Русская правда», «Поучения Владимира Мономаха», «Слово о Законе и Благодати» Иллариона. Основные литературные памятники того времени посвящены житию святых и их деяниям.

В XVII веке происходит переход от древней литературы к новой. Смута, гражданская война, интервенция с Польшей и Швецией привели к появлению нового жанра – публицистики. Появляются такие произведения как «Новая повесть о преславном Российском царстве», «Плач о пленении и конечном разорении Московского государства». Новые литературные произведения посвящены уже не религии, деянию святых, а истории страны, ее борьбе с иностранной интервенцией.

Изменения произошли и в переводной литературе. Так, посольский переводчик Иван Гуданский переводит с польского языка роман «История о Мелюзине». На Руси появляется новое понятие – рыцарский роман. «Повесть о Бове-королевиче», «Повесть о Брунцвике» и другие рыцарские романы были переведены на русский язык и получили широкую популярность.

Со временем меняется не только лексический состав языка, но и алфавит. Так, Петр I внес изменения азбуку в 1710 году. Алфавит был сокращен на 5 букв, которые к тому времени уже вышли из обихода. К тому же были вычеркнуты буквы «пси» и «омега». В то же время были введены буквы «э» вместо «юс малый» и буква «я».

В 1735 году алфавит потерял еще две буквы – «зело» и «кси». Чуть позже появилась буква «й» и «ё».

Реформы Петра I, его стремление в Европу открыло широкие возможности для развития словесности и литературы. Появляются первые научные работы, написанные русским языком. Это и работы Михаила Ломоносова, Василия Татищева, Николая Карамзина и других.

Претерпевает изменения и поэзия, происходит переход от силлабического стихосложения к силлабо-тоническому.

Под влиянием европейской литературы начинает развиваться язык прозы, появляются первые повести, рассказы и романы. Яркий пример того времени повесть Николая Михайловича Карамзина «Бедная Лиза». В дальнейшем происходит быстрое развитие литературы и уже к середине XIX века происходит мощный литературный всплеск, формируется русский литературный язык. Теперь уже европейские страны переводят на свои языки произведения Федора Михайловича Достоевского, Александра Сергеевича Грибоедова, Льва Николаевича Толстого, Ивана Сергеевича Тургенева, Александра Сергеевича Пушкина

В 1917 году был опубликован «Декрет о введении новой орфографии». В ходе новой реформы из алфавита убрали буквы «ять» «і», «жицу» и «фиту».

Язык развивается с каждым годом, меняется словарный запас, стилевое оформление, но основа, заложенная еще в X веке, остается неизменной. Язык – это не только история народа, но и отображение ее культуры, обычаев, духовности.

Любить русский язык – значит любить Родину.

Список литературы

1. Асов, А. Славянские руны и Боянов гимн, – М. : Просвещение 2002. – 352 с.
2. Большая российская энциклопедия 2004–2017. Древнерусская литература. – URL: <https://old.bigenc.ru/text/5061392?ysclid=lxz79u83j205133805>.
3. Великий и могучий: истоки русской словесности. – URL: <https://ria.ru/20100524/237897680.html?ysclid=lxz8fnyce443646950>.
4. Жития святых, на русский язык изложенные по руководству четьи-миной святителя Димитрия Ростовского. – М. : – 2005. – 312 с.
5. Кузьмин, А. Г. «Начало Руси. Тайны рождения русского народа». – М.: Вече – 2005. – 2012 с.
6. Новикова, А. С. Церковнославянский язык как национальная святыня // Глинские чтения. – №11 – 2005. – С. 26–30.
7. Повесть временных лет в 2 ч. Ч.1. – М.: 1950. – 504 с.
8. Россия. Литература. 18 век. – URL: <https://bigenc.ru/c/rossiia-literatura-18-vek-d9b2c8>.
9. Словесность и литература: духовные основы русского и западноевропейского подхода к словесному творчеству. – URL: <https://pravoslavie.ru/30951.html?ysclid=lxz9kwjn413056518>.
10. Трапезников, А. А. Десять веков православия. От крещения Руси до наших дней. – М.: Вече. – 2011. – 128 с.

К. Р. РУССУЮгорский государственный университет
(Ханты-Мансийск, Россия)**ТЕКСТОВЫЙ АНАЛИЗ РОЗЫСКНЫХ ДОКУМЕНТОВ
КОНЦА XVIII – НАЧАЛА XIX ВЕКА, СОДЕРЖАЩИХ ДИСКУРСИВНОЕ
СОБЫТИЕ «РОЗЫСКНОЕ ПРЕДПИСАНИЕ»****TEXT ANALYSIS OF SEARCH DOCUMENTS
LATE XVIII – EARLY XIX CENTURY, CONTAINING A DISCURSIVE EVENT
«SEARCH WARRANT»****Аннотация**

Дискурсивное событие «розыскное предписание», которое было необходимо для проведения розыскных мероприятий в конце XVIII – начале XIX века, включало передачу определённого задания по следующей схеме: ‘у меня есть сведения о розыскной ситуации лица N / лиц N – я отправляю эту информацию далее – прошу принять их к сведению и запустить розыскной процесс’. Такая информация в обязательном порядке была представлена в каждом документе рассматриваемого типа. Материалом для проведённого текстового анализа документов послужили следующие типы источников, в которых было репрезентировано соответствующее дискурсивное событие: сообщения (300 источников), указы (300 источников), предписания (250 источников). Цель настоящего исследования – определить особенности репрезентации указанных источников как текстовых единств, типичных для указанного периода.

Abstract

The discursive event “search warrant”, which was necessary for conducting search activities in the late XVIII – early XIX century, included the transfer of a certain task according to the following scheme: ‘I have information about the search situation of person N / persons N – I am sending this information further – please take them into account and start the search process’. Such information was necessarily provided in each document of the type under consideration. The following types of sources served as the material for the text analysis of the documents, in which the corresponding discursive event was represented: messages (300 sources), decrees (300 sources), prescriptions (250 sources). The purpose of this study is to determine the features of the representation of these sources as textual units typical of the specified period.

Ключевые слова: *розыскной документ, XVIII век, XIX век, розыскной дискурс, дискурсивное событие, дискурсивный жанр, розыскное предписание.*

Keywords: *search document, XVIII century, XIX century, search discourse, discursive event, discursive genre, search warrant.*

Под розыскным дискурсом понимаем системную когнитивно-коммуникативную реализацию типовых задач (идей) при проведении оперативно-розыскных мероприятий в указанный исторический период времени. Детально погружаясь в пенитенциарную среду, все участники розыскного дискурса постепенно преодолевают возможный семантико-когнитивный барьер (сложно идентифицировать личность человека по составленным словесным портретам).

Типовыми задачами в рамках дискурсивного подхода к описанию розыскного материала считаем шаблонные дискурсивные события, частотные для розыскного дискурса

конца XVIII – начала XIX века, ситуативно ориентированные и планомерно рассматриваемые в контексте социально-политического устройства российского государства:

- дискурсивное событие «розыскное предписание»,
- дискурсивное событие «запрос информации»,
- дискурсивное событие «ответ на розыскное задание».

В настоящем исследовании мы рассмотрим только одно дискурсивное событие, передающее важные розыскные смыслы. Итак, розыскное предписание, содержащее информацию о каком-либо лице в конце XVIII – начале XIX века, заключалось в передаче сведений между вышестоящей организацией и нижестоящей организацией, между нижестоящей организацией и вышестоящей организацией, а также между равнозначными организациями, и необходимости запустить розыскной процесс. Институциональный статус каждого участника розыскной коммуникации, с одной стороны, определён в тексте розыскного документа, а с другой – мог быть эксплицирован через анализ фоновых знаний структуры государственных учреждений в российском государстве конца XVIII – начале XIX века.

Число основных участников розыскной коммуникации было сформировано розыскными задачами: минимально таких лиц было три – инициатор заполнения розыскных лакун (тот, кто первым определял необходимость организации розыскных мероприятий), составитель розыскного документа, получатель розыскного документа. Максимальное число участников розыскной коммуникации установить невозможно, поскольку розыскные документы могли быть отправлены в n-ое число учреждений, находящихся в территориальной близости к организации, иницирующей розыскной процесс, к месту проведения розыскных мероприятий. Иерархический статус каждого участника розыскной коммуникации был эксплицирован в тексте розыскного документа.

Цель дискурсивного события выявляется из контекста и может быть верифицирована – сообщить представителям иных государственных учреждений, встроенных в пенитенциарную систему российского государства конца XVIII – начала XIX века, о пропаже определённого лица.

Дискурсивное действие определяется как предписание. Наличие обратной связи носило вариативный характер, могло быть встроено в текстовое пространство, могло отсутствовать, но в дальнейшем и восстанавливаться из общего контекста розыскного документа.

Характер реализации – прямой, эксплицитно выраженный (дискурсивное событие «розыскное предписание» в конце XVIII – начале XIX века в соответствии с программой экспликации обязательных официально-деловых отношений понималось адресатами безоценочно, невариативно, интерпретировалось ими как активный стимул – побуждение к участию в дискурсе с возможным предоставлением обратной связи) и имплицитно выраженный.

Каналом передачи информирования о пропаже являются розыскные документы разной жанровой направленности (уведомительные, распорядительные). Общее число проанализированных документов с данным розыскным событием – 850 единиц.

Дискурсивные жанры, в которых репрезентировано дискурсивное событие «запрос информации», характеризуются малым числом форм:

1. Сообщения (300 источников).
2. Указы (300 источников).
3. Предписания (250 источников).

Форма текста чаще всего была реализована в качестве визуально-графической перспективы: автор документа заполняет определённый шаблон, который хорошо знаком ему в связи с частотностью употребления данного типа текстов.

Некоторые розыскные документы передавали розыскную информацию не только линейным способом, но и вертикальным. Например, в «Указе Святейшего Правительствующего Синода о розыске военнотружущих низших чинов» [ГБУТО «ГА в г. Тобольске», ф. И156, оп. 9, д. 1168] розыскной материал представлен в таблице «Списокъ низшимъ чинамъ, отыскивающимся по прозвѣмамъ рекрутскихъ женъ и другимъ случаемъ». Она состоит всего из трёх столбцов – «№», «имя и прозвание» и «изъ какого состоянія, гдѣ и когда принятъ». Под номером 6, например, представлена информация об Антоне Ефимове, который был принят в рекруты 22 ноября 1795 г. из села Исы Пензенской губернии Инсарского округа и значился крестьянином у помещика Воронцова. Указывалась информация и о семейном положении разыскиваемого лица, и о его местоположении: так, из розыскного указа мы узнаём, что Антон Ефимов был женат на Ирине Андреевой, а «куда поступилъ неизвестно».

Под номером 10 находим биографическую справку Макара Антоновича Бочарова: крестьянин капитана Фёдора Колтовского из Тульской губернии, принят в ректоры он был значительно позднее (20 января 1811 г.), женат. А под номером 42 – информацию о Михайло Григорьевиче Строцком, который исключён из партии «Киевского Гренадерского полка». Все сведения, к сожалению, содержали незначительный объём информации, поскольку в рамках рассматриваемого жанра перед составителем розыскного документа не стояло задачи передать всё, что известно об объекте розыска, с одной стороны, а с другой стороны – эта информация могла быть просто не известна всем участникам розыска.

Абзацное членение рассматриваемого типа розыскных документов в большинстве источников присутствует, но оно отлично от структуры современных документов:

- первый абзац – начальный реквизит, содержащий информацию об адресате розыскного документа,
- второй абзац – основная часть розыскного документа (собственно содержание розыскного документа в рассматриваемый период времени не членилось, воспринималось составителями розыскных бумаг в качестве единого смыслового поля и аккумулировалось по-прежнему в пространственном центре розыскного документа конца XVIII – начала XIX века),
- третий абзац – конечный реквизит, включающий информацию о составителе розыскного документа.

Тема текста всегда была эксплицирована полностью в розыскном документе, детальная информация о причинах, определивших поиск того или иного лица, отсутствовала:

- ядерные смыслы – есть определённый человек (или группа лиц), чьё местоположение стало неизвестно, возникла необходимость его (или их) найти,
- вторичные смыслы – набор биографических сведений, который был зависим от фоновых знаний (составители документов репрезентировали только то, что знали).

Атрибутивное словосочетание «неизвестно куда отлучившегося» фиксировало сведения о том, что местоположение объекта розыскного дискурса было не установлено. Данная форма номинации носила шаблонный характер, употреблялась в качестве семантико-стилистической синкреты и являлась частотной. Так, в розыскных документах конца XVIII – начала XIX века с дискурсивным событием «**розыскное предписание**» из 850 текстов только в 466 текстах не была зафиксирована данная синкрета (см. Таблицу № 1). Это свидетельствует о зависимости содержания, фиксируемого в розыскных текстах, от экстралингвистического контекста:

Таблица № 1

Употребление синкреты «неизвестно куда отлучившегося»

№ п/п	Жанр розыскного документа	Наличие синкреты «неизвестно куда отлучившегося»	Количество употреблений
1.	Сообщение	+/-	126
2.	Указ	+/-	141
3.	Предписание	+/-	117
Общее число употреблений:			384

Иными словами, в розыскных документах конца XVIII – начала XIX века, фиксирующих дискурсивное событие «розыскное предписание», местонахождение практически каждого второго объекта розыска не было известно. Отметим следующее: отсутствие в тексте розыскного документа данной синкреты не означает, что данная информация составителям документов была доступна, поскольку её верификация в настоящий момент времени уже невозможна. Безусловно, гипотетически мы можем предположить, что в указанный период субъекты розыскного дискурса фиксировали весь набор розыскных знаний в тексте, но ни подтвердить, ни опровергнуть данное замечание невозможно.

Состав реквизитов, использовавшихся при составлении и оформлении розыскных документов, в которых реализовывалось дискурсивное событие «розыскное предписание», не изменился:

- самоназвание (или наименование вида документа),
- адресат,
- дата регистрации,
- тип секретности,
- входящий номер,
- дата составления,
- подписи,
- скрепа.

Заглавие и адресат были включены в основное содержание розыскного документа, остальные реквизиты, кроме входящего номера, относились к конечным реквизитам документа.

В сообщениях и предписаниях самоназвание было исключено из текста. Отнесение определённого розыскного документа именно к рассматриваемым жанрам стало возможно в результате лингвостилистического анализа текстов: предписания фиксировали информацию о невыполнении ранее представленных розыскных задач, необходимости проведения повторных оперативно-розыскных мероприятий; в свою очередь, сообщения просто транслировали информацию о пропаже какого-либо лица или группы лиц. Так, например, жанр текста [ГБУТО «ГА в г. Тобольске», ф. И1, оп. 1, д. 409, л. 4] об Абдулине Бичурине и Пилиме Япиеве, отлучившихся ещё 22 января 1824 г. «съ работъ» и не явившихся «по сіе число» (то есть по 25 января 1824 г.).

Одним из обязательных начальных реквизитов документа, в котором был запрос о статусе розыскной информации, являлся показатель её открытости или закрытости. Для этого в правом верхнем углу указывалось наречие *посекрету* (103 контекста), его языковой синоним – наречие *секретно* – встречается намного реже (только в 3 контекстах). Процесс замены одних языковых форм другими в указанный период времени продолжается.

Далее подведём предварительные итоги анализа системы начальных и конечных реквизитов в структуре розыскных документов рассматриваемого исторического периода (см. Таблицу № 2). Это позволит сделать выводы о наличии шаблона для передачи се-

мантики дискурсивного события «розыскное предписание» в конце XVIII – начале XIX века.

Таблица № 2

Система реквизитов розыскных деловых бумаг с дискурсивной направленностью «розыскное предписание»

Тип реквизита	Жанровая принадлежность розыскного документа с дискурсивным событием «розыскное предписание»		
	Сообщение	Указ	Предписание
Самоназвание	–	+	–
Адресат	+	+	+
Дата регистрации	+	+	+
Тип секретности	+/-	+/-	+/-
Входящий номер	+	+	+
Адресант	+	+	+
Дата составления	+	+	+
Подписи	+	+	+
Скрепа	+	+	+

Исходя из данных, представленных в Табл. № 2, можно выделить постоянные структурные компоненты, наличествующие во всех розыскных документах (адресат, дата регистрации, входящий номер, адресант, дата составления, подписи, скрепа), и факультативные компоненты (самоназвание, тип секретности), наличие которых зависело от информации, передаваемой в тексте розыскного документа.

Объём текста, фиксирующего дискурсивное событие «розыскное предписание», зависел от жанра розыскного документа: так, собственно, запросы и сообщения были небольшие по объёму – на 1-2 страницы, розыскные дела всегда оформлялись не менее 5 страницами. Таким образом, основное содержание дискурсивного события «розыскное предписание», в среднем, передавалось на небольшом участке текста.

Текстовый анализ розыскных документов конца XVIII – начала XIX века, содержащих дискурсивное событие «розыскное предписание», позволил сделать следующие выводы:

- число дискурсивных жанров был строго ограниченным,
- объём текстов также был небольшой: от одной до пяти страниц,
- для текстов характерен набор постоянных компонентов (адресат, дата регистрации, входящий номер, адресант, дата составления, подписи, скрепа), и набор факультативных (самоназвание, тип секретности) компонентов.

Список литературы

1. Предписание // ГБУТО «ГА в г. Тобольске», ф. И1, оп. 1, д. 409, л. 4.
2. Указ Святейшего Правительствующего Синода о розыске военнслужащих низших чинов // ГБУТО «ГА в г. Тобольске», ф. И156, оп. 9, д. 1168.

П. В. САВКОЧелябинский Государственный Университет
(Челябинск, Россия)**КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ КОНСТРУИРОВАНИЯ РЕАЛЬНОСТИ
В РЕКЛАМЕ БАНКОВСКИХ УСЛУГ****CONCEPTUAL FOUNDATIONS OF CONSTRUCTING REALITY
IN ADVERTISING OF BANKING SERVICES****Аннотация**

Данная статья посвящена изучению способов создания концептов, отражающих положительные качества банков, их продуктов и услуг. За основу взято по 70 коммерческих рекламных роликов банков на русском и английском языках. В ходе анализа представлена взаимосвязь вербальной и семиотической составляющих концептов рекламных роликов, а именно связь вербальной номинанты концепта с цветом, предметами окружения, а также с аудио-эффектами и музыкальным сопровождением. В исследовании приводится заключение о том, что наиболее частотными концептами в русско- и англоязычных рекламных роликах является *Выгода/Benefit*, а также основным способом создания – вербальная номинанта + цвет. Это позволяет сделать предположение о наличии системы телеологических концептов, актуализация которых обеспечивает выполнение цели маркетинговых коммуникаций.

Abstract

This article is devoted to the study of ways to create concepts reflecting the positive qualities of banks, their products and services. The basis is 70 commercial commercials of banks in Russian and English. The analysis presents the relationship between the verbal and semiotic components of the concepts of commercials, namely the relationship of the verbal nominee of the concept with color, objects of the environment, as well as with audio effects and musical accompaniment. The study concludes that the most frequent concepts in Russian and English-language commercials are *Выгода/Benefit*, as well as the main way of creation – verbal nominee + color. This suggests the existence of a system of teleological concepts, the actualization of which ensures the fulfillment of the purpose of marketing communications.

Ключевые слова: концепт, миромоделирование, коммерческая реклама, дискурс, промоушн-дискурс.

Keywords: concept, world-modeling, commercial advertising, discourse, promotional discourse.

Реклама банковских услуг играет ключевую роль в формировании потребительских предпочтений и создании имиджа финансовых учреждений. Конкуренция на этом рынке становится всё более интенсивной, что требует от банков не только качественного предоставления услуг, но и инновационных подходов к их продвижению. В условиях цифровизации и изменения потребительских привычек изучение миромоделирующих свойств рекламных роликов становятся особенно актуальными.

Основополагающим термином при изучении данного направления является миромоделирование – термин, который используется в лингвистике и обозначает «переработку и структурирование информации о среде и человеке, производимой и воспроизводимой в дискурсе, которое приводит к образованию репрезентационных структур, определяющих отношение к явлениям действительности» [Кушнерук (с), с. 44].

Исследуя миромоделирующую активность, как «регулярную интенсивную реализацию миромоделирующей функции – формирования определенного фрагмента картины мира в языке и тексте» [Ван, с. 70] обращается особое внимание на использование концептов, как наиболее смыслоёмких единиц. Так, М. В. Никитин отмечает, что «действительный мир, проецируясь в сознание, формирует концепты и их структуру, а концепты в свою очередь своими связями и зависимостями формируют структуру ментальных миров» [Никитин, 2007, с. 635].

Отсюда следует, что рекламный дискурс проецирует дискурсивный мир, участки которого фрагментарно выделены, что обусловлено профилированием/выдвижением вариативно-дискурсивных характеристик концептов, формируемых принадлежностью к данной «области бытования» – сфере общественного сознания, совпадающей в общих чертах с типом дискурса, где он обретает специальные дополнительные семантические признаки [Воркачев, 2007, с. 7-8].

Рекламный дискурс лингвосемиотически параметризован, разворачивается в соответствующем коммуникативном пространстве и обладает мультимодальной целостностью, актуализируемой разнотипными знаковыми средствами [Олянич, 2011, с. 36-38].

В связи с этим лингвокультурные концепты, объективируемые в концептуальном пространстве дискурсивных миров, должны рассматриваться в динамическом аспекте, то есть в плане коммуникативно-дискурсивного функционирования в условиях отражения и формирования социально-значимых смыслов и ценностных установок. Динамическая модель исследования лингвокультурных концептов предполагает «установление векторов ассоциативно-смыслового развертывания в условиях дискурсивной актуализации лингвоментальных единиц» [Кушнерук (b), с. 227]. В настоящее время понятие вектора используется для обозначения направления смысловой интерпретации концепта, «характеризующееся единством стимулируемых медиарайтерами ассоциативных корреляций и аксиологических установок» [Орлова, 2010, с. 80].

Транслируя информацию о своих продуктах и услугах банки также передают информацию и о своих собственных достоинствах. Наиболее эффективно подобная передача образов осуществляется с помощью концептов, которые несут наибольшую информативную нагрузку на речевую единицу. В связи с этим необходимо рассмотреть понятие концепта и его реализацию в промоушн дискурсе.

Концепт есть ментальная единица, элемент сознания. Человеческое сознание - посредник между реальным миром и языком. В сознание поступает культурная информация, в нем она фильтруется, перерабатывается, систематизируется: «Концепты образуют «своего рода культурный слой, посредничающий между человеком и миром»» [Арутюнова, 1993 с. 3-6].

Такие известные ученые, как З. Д. Попова и И. А. Стернин, определяют концепт как «дискретное ментальное образование, являющееся базовой единицей мыслительного кода человека, обладающее относительно упорядоченной внутренней структурой, представляющее собой результат познавательной (когнитивной) деятельности личности и общества и несущее комплексную информацию об отражаемом предмете или явлении, об интерпретации данной информации общественным сознанием и отношении общественного сознания к данному явлению или предмету» [Попова, 2006, с. 24]. Таким образом, концепт в промоушн-дискурсе обладает миромоделирующим потенциалом и выступает в качестве транслятора основных качеств рекламируемого банка.

Обнаружение значимых корреляций между содержательными характеристиками, формирующими системный потенциал концепта, и их востребованностью в дискурсивных реализациях, а также выявление новых признаков (не имеющих фиксации на уровне информационно-понятийного содержания) осуществляется через обращение к

текстовым репрезентациям, созданным представителями лингвокультуры в промоушн-дискурсе. Текстовые реализации отражают особенности дискурсивной актуализации концепта в конкретных коммуникативных условиях и дают возможность построить его интерпретационное поле. Многомерность концепта предопределяет комплексный сопоставительный анализ по параметрам семиотической плотности, особенностей линейной реализации, образно-оценочных и ценностных репрезентаций, а также объективируемых представлений, связанных с концептом [Кушнерук (b), с. 227].

Проективность дискурса реализуется как сознательное конструирование символических рекламных миров, в устройстве которых различимы концептуальные структуры, выступающие опознавательными знаками рекламирования. Содержание концептов в коммерческой рекламе трансформируется в сторону насыщения добавочными смыслами. Концепты, получающие регулярную объективацию, селективно наращивают свой объем согласно прагматическим аспектам рекламной деятельности, что выводит на первый план свойство коммерческой маркированности [Кушнерук (a), с. 808-810].

Концепты активируются (вербализуются) при помощи средств разных семиотических систем. Например, с помощью сообщения на естественном языке и иных визуальных и аудиальных средств реализуется миромоделирующий потенциал рекламных роликов.

Среди прочих выделяется актуализация закодированного сообщения с помощью аудиального и визуального образов. Аудиальный образ представляется непосредственно речью говорящих, музыкальным сопровождением, а также звуковыми эффектами. Устная речь является неотъемлемым средством передачи любой информации, однако в рекламных роликах банковских услуг с помощью говорящего транслируется информация о банковских продуктах или услугах, в то время как музыка и звуковые эффекты дополняют сказанное. Из этого следует, что основополагающим воплощением концептов являются вербальные номинанты, представляемые как «отдельными лексемами, так и устойчивыми словосочетаниями, фразеологическими единицами; предложениями (синтаксические концепты); целыми текстами либо несколькими произведениями автора» [Ибалуттина, 2016, с. 97].

Визуальный образ, который дополняет вербальную составляющую рекламного ролика, способствует созданию связи с аудиальным образом с помощью ряда семиотических приёмов, способствующих не только обогащению концептов, но и более эффективному достижению целей рекламы. Здесь в порядке уменьшения частотности и увеличения семиотической нагрузки выделяются:

1. Цвета, как особые маркеры передачи смысла, дополняющие вербальную информацию или замещающие её;
2. Предметы и их композиции, как дополнение к основному действующему лицу. Иногда материальные компоненты окружения также могут играть центральную роль в рекламном ролике совместно с актёрами, либо вместо них. Природные объекты также служат дополнением к основной информации;
3. Изображения звука, вкуса, цвета, эмоций с целью передачи дополнительной информации о свойствах товаров и услуг или об их отправителе.
4. Таким образом, на основе изученного материала, с помощью слияния аудиального и вербального образов создаётся особый способ передачи концептов, представленный следующими объединениями:
 5. Вербальная номинанта + аудио-эффект и/или музыкальное сопровождение;
 6. Вербальная номинанта + цвет;
 7. Вербальная номинанта + предметы окружения и их композиции/природные объекты;
 8. Вербальная номинанта + изображения звука, вкуса, цвета или эмоций.

В этом исследовании особое внимание уделяется вербальным номинантам концептов, и их взаимосвязи с звуковыми эффектами и цветами, представленными в коммерческих рекламных роликах банковских продуктов или услуг.

Более подробно представим указанные выше способы трансляции концептов и образов на примере рекламных роликов в русскоязычной рекламе. Ниже в таблице отражены концепты и способы их репрезентации в определенных банках и банковских продуктах.

Таблица 1

Концепты и способы их транслирования в русскоязычной коммерческой рекламе банковских продуктов и услуг

Банк/ Банковский продукт	Концепты	Вербальные номинанты	Цвета	Музыкальное сопровождение/звуковые эффекты, сопровождающее ролик
Сбер (Сбербанк)	Безопасность	«Платите улыбкой безопасно» «Страховка от Сбера»	Зеленый	Русская народная музыка, Переделанная песня «Тополиный пух» Иванушки Int.,
	Выгода	«До 50 дней без процентов» «Бесплатное обслуживание карты» «5 процентов возвращаются бонусами» «По самой низкой ставке» «Бесплатная детская сбер карта»		
Т-Банк (Тинькофф)	Надёжность	«Только здесь можно изменить имя не изменяя себе» «Более 40 миллионов клиентов» «Т-банк бизнес даст надёжные условия» «Лучший розничный онлайн-банк в мире» «Вы хотите, чтобы банк всегда развивался и оставался надёжным»	Жёлтый	Классическая музыка
	Доступность	«Превратить отделения в приложение ... работу в мечту» «Всё в твоих руках доступно 24 на 7» «Банк, который услышит ваши мысли»		
	Выгода	«Бонус по кредиты» «Т-банк дарит деньги, получите 6 месяцев бесплатного обслуживания» «С каждой покупкой кешбэк за всё» «Кредит наличными, деньги сразу на карту»		

Альфа-Банк	Помощь	«Для способных на большее» «Удобно и ещё удобнее» «Больше поводов для улыбок любимых» «Каждому герою нужна опора»	Красный и черный	Звуковые эффекты, сопровождающие ролик
	Выгода	«Без комиссии и ограничений» «Бесплатная дебитовая Альфа-карта» «Кешбэк до 3%, обслуживание бесплатно»		
Почта-банк	Надёжность	«Гарантированная ставка» «Никогда не знаешь, где можешь оказаться, но везде будет почта с терминалом почта-банка» «Реклама кредитов без сюрпризов» «Гарантия без сюрпризов» «Банк, с которым всё хорошо»	Синий и белый	Музыкальная рифмовка, сопровождающая сказанное в ролике
	Выгода	«Почта-банк вернёт разницу деньгами» «В ближайшем почтовом отделении бесплатно» «кредит от 4,5% годовых» «В Почта-банке кредит с самой маленькой ставкой» «0% по кредиту» «Всего под 12,9% годовых» «Ваша ставка по кредиту будет на 3% меньше и меньше»		
Точка	Помощь	«Предприниматели сделали мир удобным для людей, мы – для предпринимателей и бизнеса»	-	-

ВТБ	Надёжность	«Наш накопленный десятилетиями опыт, пережить все кризисы, 1300 отделений с настоящими профессионалами, государственная поддержка и доверие десятков миллионов клиентов» «С надежным банком деньги растут гораздо быстрее»	Голубой и белый	-
	Выгода	«Целый пакет кешбэка» «10 процентов кешбэк на всё» «20 процентов кешбэк получу. 200 дней без процентов на всё получу. до ста тысяч без комиссий получу» «Ставка 16 процентов» «Бесплатная мультикарта ВТБ» «Платежи и переводы без комиссии»		
Райффайзен-банк	Выгода	«Я трачу кеш и получу бэк, Не надо гадать – это кешбэк, Баллы, лимиты и правила – хватит! Райффайзен кешбэк без условий мне платит» «Карта кешбэк на всё без условий и ограничений»	Желтый	Рэп-песня, отражающая суть ролика
СБП	Простота использования	«Просто подключите приём платежей, а банк сам произведет все расчёты» «Отправьте клиенту ссылку на отправку»	Зеленый, Желтый, Красный	-
	Доступность	«СБП дешевле эквайринга» «Комиссия всего 0,4 или 0,7 процента» «QR-код установить можно где угодно, не нужны ни карты, ни терминалы» «Любым удобным способом»		

Из таблицы выше следует, что наиболее частотным концептом, транслируемым банковскими роликами, является Выгода. Это может быть связано с высоким уровнем конкуренции на рынке банковских товаров и услуг, в связи с чем каждый банк старается подчеркнуть свои особые условия для потребителя.

Из анализа данных в таблице следует, что чаще всего создатели изучаемых роликов прибегают к использованию основных цветов компании, которые используются в пред-

метах окружения. Замечено, что в проанализированных роликах найденные цветовые обозначения не несут дополнительного психологического воздействия, приписываемого определенным цветам, а лишь используются для номинации банков.

Отдельно отметим использование вербальных номинант. В рекламных роликах основные действующие лица озвучивают положительные качества на фоне предметов в цветах банка, тем самым создавая устойчивую ассоциацию концепта и компании. Это помогает сэкономить время на дополнительную презентацию названия и вида деятельности рекламируемых банков, а также позволяет сформировать устойчивую модель взаимодействия банка и потребителя.

Особое музыкальное сопровождение, исходя из анализа представленных данных, является наименее частотным средством создания и сопровождения концептов. Это объясняется тем, что основной целью коммерческой рекламы является презентация товара в наиболее выгодной для заказчика позиции. В то время как музыкальное сопровождение способствует воплощению развлекательной функции и способна создать ассоциации, которые могут навредить банку. Однако подчеркнём, что в некоторых рекламных роликах вербальные номинанты концептов транслировались с помощью каверов определенных песен. Также обозначим, что наиболее частотным звуковым эффектом в проанализированной рекламе является «пикающий звук», который создаётся при взаимодействии главного действующего лица ролика с самим банковским продуктом.

Таким образом, использование определенных цветов в рекламных роликах направлено на создание устойчивой ассоциации банк-цвет, для упрощения повествования и сокращения времени на презентацию названия, а также для связи вербализуемых положительных качеств и действий непосредственно с представленным в ролике банком, за счёт чего достигается пополнение концептов, закодированных в роликах, новыми семиотическими номинантами.

Далее проанализируем примеры концептов, а также способы их трансляции в англоязычных банковских роликах.

Таблица 2

Концепты и способы их транслирования в англоязычной коммерческой рекламе банковских продуктов и услуг

Банк/ Банковский продукт	Концепты	Вербальные номинанты	Цвета	Музыкальное сопровождение/ звуковые эффекты, сопровождающее ролик
1 st Bank	Support	«She answered all of them. Nicely. And offered to do it all over again for you. I think she didn't even care about our long term happiness»	-	-

Chase	Benefit	«Cashback like a pro»	Голубой	-
	Support	«You locked in that mortgage rate. I'm happy I was able to join you and your merpeople on this exciting voyage. I'm so hored to have been part of your journey to an even bigger. Here's to more elbow one» «You two make a very special tem. I know this from the moment I met you. Congrats on the new home and your new backyard.»		
US Bank	Benefit	«Business checking account with no monthly maintenance fees and smart tools that make forecasting cashflow a work in a park»	Синий	-
Chime	Benefit	«Early payday» «Fee free overdrafts» «Easy credit building»	-	Пикающий звук
Affinity plus	Availability	«Lifemath is complicated. Financial experts make it easier»	Синий	-
American Bank&Trust	Availability	«Five convinient boiling green locations, and six new locations»	-	-
	Support	«Creating jobs, helping your neighbor live an American dream, helping built a better community full of opportunities for all of us»		
Bank of America	Availability	«You know what, people are always looking at their phones? They're banking with Bank of America» «Bank of America's digital tools are so impressive, you just can't stop banking»	Красный/ Синий	Уведомление на телефоне

Capital one	Benefit	«No miles expiration, no earn caps, no blackout dates» «Double miles on every purchase» «We get double miles every time we use our card no matter what we buy» «No fees or minimums and no overdraft fees» «Earn cash on every purchase everywhere plus 25% annual bonus Unlimited 1,5% cashback»	Красный/ Синий	-
Vantage west	Benefit	-	Желтый	Уведомление в приложении

Исходя из данных, представленных в таблице 2 можно сделать вывод о том, что в рассмотренных банковских роликах цветное замещение названия банка или банковского продукта используется с меньшей частотой по сравнению с русскоязычными роликами. Это может быть вызвано высокой частотностью повтора названия банков или продуктов во время ролика в связи с чем отсутствует дополнительная необходимость в их цветовом дублировании.

Также отметим, что основным цветом, который используется в роликах является синий. Это обусловлено тем фактом, что изученные банковские рекламные ролики транслировались на территории США и компании стараются передать факт принадлежности к этой стране путём транслирования основных цветов государственного флага.

Наиболее частотным концептом, профилируемым в роликах, является **Benefit**, что подчёркивает высокую конкуренцию на рынке банковских услуг. Созданию этого концепта также способствует особый звуковой сигнал, который издаётся при взаимодействии главного героя с банковской системой.

Таким образом, обнаружено сходство в средствах создания концептов – использование цветов, как непрямой номинации банка, которые используются в предметах окружения или одежде, а также использование особого звукового эффекта, когда действующие лица взаимодействуют с банковским продуктом или услугой. Это обусловлено высокой ограниченностью длительности рекламных роликов, и необходимостью использования средств, позволяющих передать больше смысловой нагрузки на единицу.

В русскоязычной и англоязычной коммерческой рекламе банковских товаров и услуг профилируется концепт Выгода/**Benefit**. Он является основным, поскольку в банковском секторе присутствует высокий уровень конкуренции.

Исследование позволяет предположить, что использование цветов является основополагающим средством создания ассоциации банк-концепт, за счет одновременной трансляции банка через цвет и вербальной номинации качества последнего. Дополняет этот образ особый звуковой сигнал, сопровождающий взаимодействие героев ролика с банковской системой. Это в свою очередь указывает на систему телеологических концептов, актуализация которых обеспечивает выполнение цели маркетинговых коммуникаций.

Список литературы

1. Арутюнова, Н. Д. Логический анализ языка. Ментальные действия / Н. Д. Арутюнова. – Москва : Наука, 1993. – 176 с.
2. Ван Х. Лексическая и миромоделирующая активность соматизмов и антропоморфизм языковой категоризации в пословице. – URL: https://vestnik.tspu.edu.ru/archive.html?year=2021&issue=3&article_id=8066 (дата обращения 14.07.24).
3. Воркачев, С. Г. Лингвокультурный концепт: типология и области бытования / С. Г. Воркачев, Л. Э. Кузнецова, Г. В. Кусов, Ю. Д. Полиниченко, М. А. Хизова. – Волгоград : Изд-во Волгоградского гос. ун-та, 2007. – 399 с.
4. Ибалуттина, Н. С. Концепт human rights и его вербализация в юридическом дискурсе Великобритании // Вестник Тверского государственного университета. Серия «Филология». – Тверь, 2016. – С. 97-102.
5. Кушнерук, С. Л. (а) Дискурсивное выдвигание концептов в рекламе. – URL: <https://discourseworld.ru/upload/iblock/b2e/b2e05dbe8fe037873f392ac2993954d2.pdf> (дата обращения: 07.07.2024).
6. Кушнерук, С. Л. (b) Лингвоконцепт в координатах миромоделирования: конструирование рекламной реальности. – URL: <https://discourseworld.ru/upload/iblock/157/1578c2e8ab943639a0b1848577e455e5.pdf> (дата обращения: 07.07.2024).
7. Кушнерук, С. Л. (с) Когнитивно-дискурсивное миромоделирование: опыт сопоставленного исследования рекламной коммуникации. – URL: <https://e.lanbook.com/book/135342> (дата обращения 14.07.24).
8. Никитин, М. В. Курс линг. семантики: учеб. Пособие / М. В. Никитин. – Санкт-Петербург : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2007. – 819 с.
9. Олянич, А. В. Рекламный дискурс и его конститутивные признаки / А. В. Олянич. – Москва : Флинта ; Наука, 2011. – 296 с.
10. Орлова, О. В. Жизненный цикл и миромоделирующий потенциал медиаконцепта // Вестник ТГПУ. – Томск, 2010. – Вып. 6 (96). – С. 78–83.
11. Попова, З. Д., Стернин, И. А. Семантико-когнитивный анализ языка. – Воронеж, 2006. С. 24.

Е. А. СЕЛЮТИНА

Челябинский государственный институт культуры
(Челябинск, Россия)

НАРРАТИВ О «БЕДНОМ ЛИТЕРАТОРЕ» В АНКЕТЕ-АВТОБИОГРАФИИ ЭПОХИ МОДЕРНА

THE NARRATIVE OF POOR LITERATURE IN THE QUESTIONNAIRE- AUTOBIOGRAPHIES OF THE MODERN ERA

Аннотация

Нарратив личного опыта, представленный через опыт персональной творческой автобиографии, важен для анализа публичной репрезентации творческого труда. В период зарождения массовых публицистических изданий (прежде всего, газет) и оформления их рубрикации, популярным методом сбора материала становится анкета. Анкетирование литератора как возможность представить лабораторию письма «от первого

лица» определяет композицию сборника Ф.Ф. Фидлера «Первые литературные шаги» (1911). Сумма нарративов в автобиографиях формирует метатекст о судьбе писателя эпохи модерна, содержащий ряд устойчивых нарративов о вариантах означивания в литературной среде и сопутствующих этому сложностям. Один из самых устойчивых – нарратив «о бедном литераторе». Анализ опыта Фидлера ценен фиксированием закрепления инновационной для рубежа XIX-XX веков формы взаимодействия писателя и читающей публики, определением векторов публичного самоосмысления литератора.

Abstract

The narrative of personal experience, presented through the experience of personal creative autobiography, is important for analyzing the public representation of creative work. During the period of the emergence of mass journalistic publications (primarily newspapers) and the design of their headings, the questionnaire becomes a popular method of collecting material. The questionnaire of a writer as an opportunity to present the laboratory of writing “in the first person” defines the composition of F.F. Fiedler’s collection “The First Literary Steps” (1911). The sum of narratives in autobiographies forms a meta-text about the fate of the writer of the modern era, containing a number of stable narratives about the variants of signification in the literary environment and the accompanying difficulties. One of the most stable is the narrative “about a poor writer.” The analysis of Fiedler’s experience is valuable in fixing the form of interaction between the writer and the reading public, innovative for the turn of the XIX-XX centuries, and determining the vectors of public self-reflection of the writer.

Ключевые слова: литературное интервью, анкета литератора, русский модернизм, эго-нарратив, медиадискурс, речевые жанры, периодическая печать, интервьюеры, интервьюируемые.

Keywords: literary interview, the questionnaire of the writer, Russian modernism, ego-narrative, journalism, history of journalism, media discourse, speech genres, periodicals, interviewers, interviewees.

Конец XIX-начало XX века в России – время, когда литературная среда развивалась не менее интенсивно, чем культурная жизнь в целом. К этому периоду связи внутри поля литературы уже сложились, акторы литературного поля действовали в рамках принятых конвенций, не в последнюю очередь связанных с коммерциализацией труда литератора в эпоху появления массовых периодических изданий. Способов «войти в литературу» стало больше за счет множества журналов и газет, которые начинают работать интенсивнее, меняя запрос с большого нарратива реалистической художественной стратегии на очерк или рассказ. В силу нового устройства поля литературы важным источником для изучения данного периода становятся автобиографические практики, которые, по мнению исследовательницы Д. Анисенко, вслед за современными нарратологами и культурологами, нужно рассматривать в контексте «культурной логики эпохи» и перформативного потенциала представления истории через «я-наррацию» [Анисенко, с. 141]. жанры «интервью литератора» и «анкета литератора», первые попытки прямого взаимодействия писателя с читателями, способствовавшее разрушению своеобразной стены, охранявшей тайну письма.

Ретроспективный компаративный анализ позволяет увидеть, что под интервью и анкетой эпоха модерна понимает не жанры журналистики, а методы сбора материала, поэтому чаще всего такой жанр в прессе обозначается как «беседа» (их изучение началось недавно, см., например, [Александров, 2019]). Но начало XX века дало интересные образцы применения этих методов сбора данных для создания панорамных «портретов эпохи», среди которых важный источник – сборник анкет писателей, собранных Ф. Ф. Фидлером

«Первые литературные шаги: Автобиографии современных русских писателей» (1911), над которым шла работа с 1909 по 1911 год [Фидлер, 1911]. Сборник показателен для анализа устойчивых нарративов о роли и месте литератора в современности Серебряного века, сформулированных «изнутри среды», а также для интерпретации социального запроса по отношению к литературе и писателям от читательской публики, в частности устойчивого представления о том, что путь писателя – сопротивление обстоятельствам и преодоление ограничений письма ради «куска хлеба».

Предположение, что без терний не может проходить путь автора, заложено в самой нарративной рамке анкеты Фидлера. В вопроснике предлагается вспомнить не только о тех, кто способствовал открытию дарования, но и о лицах, «препятствовавших развитию литературного таланта» [Фидлер, 1911, с. 3]; особо отмечаются «мытарства по редакциям» [Фидлер, 1911, с. 4], случаи «самовольного исправления, добавления, сокращения и искажение редактором или издателем первоначальной рукописи» [Фидлер, 1911, с. 4]; «неисправность» в платежах гонораров [Фидлер, 1911, с. 4]. Анкета из двадцати пяти вопросов завершается предложением сравнить «борьбу за существование» в начале пути и «теперешнее положение» литератора [Фидлер, 1911, с. 4]. Очевидно, что вопросы были построены на интерпретации частотных компонентов литературной жизни рубежа XIX-XX веков, анализируемых Фидлером непосредственно в практике повседневности из общения с акторами литературного Петербурга. В 2008 были изданы дневники Фидлера «Из мира литераторов» под редакцией К. Азадовского, в которых многие разговоры писателей зафиксированы (реплики общих диалогов), поэтому можно утверждать, что в силу позиции в литературном мире Петербурга собиратель мог составить анкету на основании эмпирического метода сбора данных [Фидлер, 2008]. Отмечаемая исследователями (см., например, [Рейтблат, 1997, с. 105]) общая демократизация сферы творческого письма, предполагающая создание текстов как основной вид деятельности (ради заработка), появление большого количества периодических изданий, требующих нарастания темпа производства литературных продуктов, развитый рынок и отработанные модели взаимодействия между писателем и издателем – все это создавало понятный, рутинный фон жизни писателей. Систематизация наблюдений за авторами разной стилевой и «направленческой» позиции, частично отраженная в дневниках «Из мира литераторов», привела к первичной унификации их творческого опыта и разработке вопросного листа. И полученные автором анкеты данные действительно подтверждали такую картину мира писателей. Частотность упоминаний незавидной участи писателя в сборнике «Первые литературные шаги» является самой высокой.

Метатекстуальный нарратив о горестной, проблемной судьбе формируется из суммы условий внешнего и внутреннего характера. И на первом месте оказывается фактор материальной обеспеченности. Успешность литератора складывается благодаря совпадению или несовпадению с «программой» журнала или газеты, конъюнктурный характер отбора текстов либо принимается как должное, либо вызывает ярое негодование, как условие несвободы письма («лучше бедствовать и без конца ждать лучших дней, чем рисовать жизнь так, как этого хочет кто-то другой, а не моя собственная душа» (Б. Лазаревский, [Фидлер, 1911, с. 11]. Особо отмечается ситуация литературного дебюта, сопровождаемая бедностью, добыванием «хлеба насущного» (А. Измайлов [Фидлер, 1911, с. 35]); «Долго не решался [пойти за гонораром]. Брался за ручку двери в редакции и отходил. Не на что было обедать, - опять пошел» (Е. Чириков, [Фидлер, 1911, с. 43]); «Вначале существовать было *очень тяжело!* Потом стало просто *тяжело*. Теперь, после 32 лет литературной работы, все еще – *тяжело*; а в перспективе, вероятно, будет опять *очень тяжело*» (В. Тихонов, курсив автора [Фидлер, 1911, с. 41]). В сборнике автобиографий лишь несколько авторов отметили удовлетворенность «нынешним» материальным поло-

жением (например, Л. Андреев [Фидлер, 1911, с. 32], А. Измайлов: «В 1908 году мог осуществить месту о посещении Италии и Германии. Но до исполнения места не о собственной вилле, а просто даче под Петербургом, все-таки еще далеко» [Фидлер, 1911, с. 35].

Вторым по частотности фактором, влияющим на самоопределение счастливой или несчастливой литературной судьбы, является реакция критики на появление в печати произведений. Фиксируя все варианты развития отношений между рецензентами и писателями (одобрение – резкая критика – равнодушие), анкеты закрепляют значимость реакций (анонсов, разборов) на продвижение текста. Писатель же добавляет новое значение: беден приравнивается к «незамечен». Одновременно с этим формулируется миссия литератора: идти вперед, несмотря на преграды и осуждения. В этом смысле важной представляется анкета Ольги Шапир, полагающей наиболее влиятельным обстоятельством ее литературной карьеры гендерный момент (писатель – женщина): «Должна сказать, что и посейчас меня удивляет как мало *внимания* уделяется подлинному голосу женских определений жизни» [Фидлер, 1911, с. 54]. С одной стороны, она формулирует свою позицию как предельную независимость («Ни похвалы, ни порицания не могли отклонить от осознанного пути: никогда не подделываться под «мужское перо» [Фидлер, 1911, с. 53-54]), с другой – признает необходимость оценки своего творчества и внимания от преимущественно «мужского» мира критиков («Сознаюсь, для меня было величайшим разочарованием глубокое молчание, каким приняла его [роман «В бурные годы»] критика, <...> ни одна из авторитетных и дорогих мне похвал не прозвучала в печати...» [Фидлер, 1911, с. 55].

И третьим по частотности фактором нужно назвать осмысление собственного пути как авантюрного романа, логика которого подчиняется внезапной и резкой перемене участи. Ретроспективная оценка удачливости писателя при входе в мир литературы оказывается способом создать конфликтность в сюжете жизни, представить увлекательность и драматичность судьбы автора. Гладкость и беспроблемность дебютирования видится многим авторам обесценивающим их усилия фактором (но не всем, см., например, анкету Щепкиной-Куперник [Фидлер, 1911, с. 69]). Поэтому анализ нынешнего положения в сравнении с литературным дебютом позволяет отвечающему на анкету занять позицию наблюдателя по отношению к «я-в-прошлом», пафос сентиментальности показывает отношение к бедному начинающему писателю, еще не знающему всей суммы «перемен участи» от несчастья к счастью и обратно. Поэтому писатели акцентируют наше внимание на озарениях и открытиях, которые можно оценить лишь с временной дистанции: «К этому времени (17 лет – *Е.С.*) относится очень характерная запись в моем дневнике: в ней с удивительной правильностью, хотя в выражениях и ребяческих, намечен тот литературный путь, которым я шел и иду ныне... Вспомнил о дневнике случайно, <...> и был поражен точностью и совсем не мальчишеской серьезностью сбывающегося предсказания (Л. Андреев, [Фидлер, 1911, с. 30]). А. Блок отвечает на вопросы анкеты, выстраивая динамику жизни через оппозицию «серьезность – несерьезность»: первые литературные опыты не были одобрены, но и для самого автора они серьезными не были – «Тогда это было обидно, а теперь вспоминать об этом приятнее, чем обо многих позднейших похвалах. <...> После этого случая, я долго никуда не совался. <...> Печататься серьезно я стал уже через год после этих неудач» [Фидлер, 1911, с. 86]. А. Блок также отмечает важный момент самоопределения писателя: «Печатание никогда не было для меня важным событием, потому что я привык отделять его от писания» [Фидлер, 1911, с. 87].

Материал анкет, собранных Ф. Ф. Фидлером переосмысливает отношение к литературе, предполагающее отчуждение автора от текста, после выхода произведения в свет, показывает, что в силу изменившегося отношения к персональности в эпоху модерна, читателю не хватает соприкосновения с фигурой литератора как с человеком особой

судьбы, демонстрирует новое понимание «подлинности», как информации, полученной от первого лица, позволяет литератору включиться в самоосмысление сюжета собственной жизни.

Список литературы

1. Александров, А. С. Ответы писателей на анкеты периодических изданий начала XX в. // Вестник Томского гос. ун-та. – 2019. – №447. – С. 5–10.
2. Анисенко, Д. А. Ловец автобиографий: Литературное коллекционирование Федора Фидлера // Практики и интерпретации: журнал филологических, образовательных и культурных исследований. – 2023. №4. С. 138-161.
3. Беседа с Н. А. Тэффи // Вечерние известия. – 1916. – 3 марта (924). – С. 8.
4. Рейтблат, А. И. Роман литературного краха // Новое литературное обозрение. – 1997. – № 25. – С. 99–109.
5. Фидлер, Ф. Ф. Из мира литераторов: характеры и суждения / Ф. Ф. Фидлер ; подгот. К. Азадковский. - Москва : Новое лит. обозрение, 2008. – 861 с.
6. Фидлер, Ф. Ф. Первые литературные шаги : Автобиогр. соврем. рус. писателей / Собр. Ф.Ф. Фидлер. - Москва : тип. т-ва И.Д. Сытина, 1911. – 268 с.

Е. В. СУПРУНОВА

Чжэцзянский океанический университет
(Чжоушань, Китай)

О КЛЮЧЕВЫХ ПОНЯТИЯХ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ

ON THE KEY CONCEPTS OF LINGUACULTURAL STUDIES

Аннотация

В статье рассматривается язык как основной показатель интеллектуального, нравственного развития человека, его общей культуры. В связи с этим описаны базовые функции языка такие, как коммуникативная, когнитивная, кумулятивная, которые указывают на тесную связь языка с мышлением, развитием общества и культуры в целом. В работе проанализированы труды Масловой В.А. и других специалистов, доказывающие, что язык является «орудием культуры». Он определяет национальные особенности, идеологию, менталитет человека. Поэтому утверждается, что носитель языка является и носителем культуры. В таком случае каждый язык формирует определенную картину мира. Утверждение современных ученых, что существуют две картины мира – концептуальная и языковая, указывает на две функции картины мира: определение концептуальной картины мира и описание средствами языка концептуальной картины мира. Таким образом, картина мира формируется в языке, в котором закреплены все имеющиеся знания нации о мире, культуре, традициях, опыте. Они указывают на интеллектуальное, нравственное развитие человека, его общую культуру.

Abstract

The article considers language as the main indicator of intellectual and moral development of a person, his general culture. In this regard, the basic functions of language are described, such as communicative, cognitive, cumulative, which indicate the close connection of language with thinking. The development of society and culture in general. The article analyzes the works of Maslova V.A. and other specialists, proving that language is an “instrument of culture”.

It defines the national characteristics, ideology, and mentality of a person. Therefore, it is argued that a native speaker is also a native speaker of culture. In this case, each language forms a certain picture of the world. The statement of modern scientists that there are two worldviews – conceptual and linguistic, indicates two functions of the worldview: the definition of the conceptual worldview and the description of the conceptual worldview by means of language. Thus, the picture of the world is formed in a language that enshrines all the available knowledge of the nation about the world, culture, traditions, experience, which indicate the intellectual and moral development of a person, his general culture.

Ключевые слова: язык, мышление, картина мира, сознание, коммуникация, коллективный опыт.

Keywords: language, thinking, worldview, consciousness, communication, collective experience language, thinking, worldview, consciousness, communication, collective experience.

Язык является основным и важнейшим способом передачи информации, а также формирования знаний, представлений человека об окружающем мире.

Язык имеет много функций. Все его функции проявляются в коммуникации. Однако можно выделить три базовые функции языка:

- **коммуникативная** (функция общения) – общение и его передача; использование языка для передачи информации;
- **когнитивная** (гносеологическая/познавательная) – средство формирования и выражения мысли; накопление и сохранение информации, её передача;
- **кумулятивная** (накопительная) – познание окружающего мира, накопление и сохранение знаний.

Язык тесно связан с мышлением и развитием общества. Язык – это не только средство выражения готовой мысли, но и средство её создания. Также язык можно назвать главным признаком культуры человека, его интеллектуального и нравственного развития.

Известный российский академик Д. С. Лихачев верно отметил, что «неряшливость в одежде – это неуважение к окружающим вас людям и к самому себе. Дело не в том, чтобы быть одетым щегольски. В щегольской одежде есть, может быть, преувеличенное представление о собственной эlegantности, и по большей части щеголь стоит на грани смешного. Надо быть одетым чисто и опрятно, в том стиле, который больше всего вам идет, и в зависимости от возраста. Язык в еще большей мере, чем одежда, свидетельствует о вкусе человека, о его отношении к окружающему миру, к себе» [Лихачев, 1993, с. 6]. Следовательно, благодаря конкретному выбору слов и словосочетаний, точному выражению мысли и богатству речи в целом формируется мышление людей.

В свою очередь Н. М. Карамзин говорил о языке: «... Язык и словесность суть... главные способы народного просвещения; богатство языка есть богатство мыслей... он служит первым училищем для юной души, незаметно, но тем сильнее впечатлевающая в ней понятия, на коих основываются самые глубокомысленные науки...» [Карамзин, 1964, с. 321].

Из этих слов можно сделать вывод, что язык – это один из основных показателей поведения и жизни людей. Определить степень образованности и интеллигентности человека помогает именно язык.

Профессор В. А. Маслова утверждает, что язык является «фактом культуры». Она объясняет это тремя основными причинами. Во-первых, язык – это неотъемлемая часть культуры, которая наследуется от предков. Во-вторых, это основной инструмент, при помощи которого выражается и устанавливается культура. А в-третьих, с помощью языка воспринимаются и другие составляющие культуры: наука, религия, литературы и т.д.,

для полноценного их понимания необходимо рассматривать их также, как язык, поскольку модель языка является наиболее разработанной и полной. При этом автор считает, что только посредством естественного языка можно осуществить полноценное понимание и освоение культуры [Маслова, 2001, с. 62].

Анализируя труды данного автора, а также других специалистов в области лингвокультурологии, можно сделать вывод, что язык является «орудием культуры». Именно язык определяет национальные особенности, идеологию, менталитет человека, а также оказывает непосредственное влияние на поведение и жизнь в целом. Человек с младенчества впитывает речевую культуру родителей и других близких людей. На основании влияния родителей и их речевой культуры формируется сама личность. Поэтому ее (личность) можно назвать продуктом языка. Именно он позволяет полноценно отразить не только культуру, но и картину мира, национальный характер, сопоставить и соединить весь набор существующих стереотипов. Язык в сочетании с другими факторами, такими как традиции, воспитание, природа, оказывает непосредственное влияние на итоговое формирование картины мира.

В своих работах В. А. Маслова отмечает, что носитель языка также является и носителем культуры. Значительное количество языковых знаков в свою очередь являются и культурными, поскольку позволяют определять и отражать основные установки не только отдельного человека, но и нации в целом [Маслова, 2001, 65].

На основании представленных выше точек зрения современные лингвисты утверждают, что каждый язык формирует определенную отдельную картину мира. А содержание языка является лишь частью реальности, так как она поддается описанию только при помощи существующих языковых единиц [Шаклеин, 2012, с. 99]. При этом стоит отметить, что основной языковой единицей, позволяющей полноценно передавать все культурные особенности, является именно слово.

У термина «языковая картина мира» существует две связанные, но в определенной степени отличающиеся друг от друга идеи. Первая идея заключается в том, что язык позволяет «нарисовать» определенную картину мира, и каждая из них отличается от той, которая сформирована другими языками. Вторая идея базируется на том, что такая картина мира отличается от той, что сформирована наукой. Из этого выявляются определенные проблемы, которые связаны с взаимосвязью концептуальной и языковой картин [Песина, 2005, с. 358-362].

Ученые XX века утверждают, что существуют две картины мира – концептуальная и языковая. В формировании концептуальной картины мира участвуют разные типы мышления, включая невербальные, поэтому она считается более богатой и обширной. Языковая картина мира имеет две функции: определение элементов концептуальной картины мира и описание средствами языка концептуальной картины мира.

В содержание языковой картины мира включены слова, лексемы, синтаксические конструкции, художественные средства выразительности, то есть языковая картина мира – это отражение в языке образа мира. Это означает, что картина мира формируется в языке, следовательно, язык отражает и другие картины мира человека, народа. Благодаря языку человек превращает опытные индивидуальные знания в коллективный опыт.

Таким образом, в языке закреплены все имеющиеся знания нации о мире, культуре, традициях, опыте. На их основании формируется внутренний мир носителя языка, определяются особенности и речи, а также ее выражения в отношении лексики и грамматики. Это можно заметить на основании существующих поговорок, речевых оборотов, фразеологизмов и т.д. [Маслова, 2001, с. 66].

Список литературы

1. Вайсгербер, Л. Язык и философия // Вопросы языкознания. – 1993. – №2. – С. 107-114.
2. Карамзин, Н. М. Избранные сочинения в двух томах / Н.М. Карамзин. – М.; Л.: Художественная литература, 1964. – Т. 1, – с. 810.
3. Лихачев, Д. С. Концептосфера русского языка // Изв. АН. Сер. лит. и яз. – 1993. – Т. 52, № 1. – с. 3–9.
4. Маслова, В. А. Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В.А. Маслова. – М.: Издательский центр «Академия», 2001. – 208 с.
5. Песина, С. А. Языковая картина мира в философском и лингвистическом осмыслении // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2005. №10. С. 358–362.
6. Уорф, Б. Л. Отношение норм поведения и мышления к языку / Б. Л. Уорф // Новое в лингвистике. – 1960. – Вып. 1. М., 1960. – 46 с.
7. Шаклеин, В. М. Лингвокультурология: традиции и инновации: монография / В. М. Шаклеин. – М. : Флинта, 2012. – 301 с.

D. A. M. UKA III

South Ural State University
(Chelyabinsk, Russia)

THE REPRESENTATION OF PERCEPTION IN PHRASEOLOGICAL UNITS**Abstract**

People share knowledge through perception and express it using language. As modern cultural linguistic studies have not extensively explored sensory language in phraseology, this research aims to give a part of the perceptual code of English culture through continuous sampling, semantic analysis, and elements of statistical methods of phraseological units (PhUs) from 7 explanatory English dictionaries. 796 sensory phraseological units were gained and classified into 6 distinct groups according to the components they contain: perceptual process, sensory organ, perceptual sensation, subjectivity, quality, and perceptual ability. Such classification is based on the similar available components each mode has with the other modes. It is shown that, of all the sensory modes, tactile perception is the most presentable and is most frequently expressed verbally in language, and olfaction is the least expressed. Semantic analysis distinguishes the direct and indirect meanings of sensory PhUs, in which metaphorical changes often strip these units of their perceptive components. The results proved that through phraseology, unpleasant sensory experiences are dominantly expressed in English to understand how sensory modes are verbalized in language, thus shedding light on the fundamental ways in which we construct our understanding of reality and highlighting the critical role of sensory processing in human cognition.

Keywords: *perception, phraseology, phraseological units, semantics, English.*

Humans experience the world that is shaped by sense perceptions, which serve as the primary means of interaction with surroundings. Our senses (sight, smell, hearing, taste, and touch) provide us with vital information and allow us to navigate, understand, and respond to the world around us. This sensory input forms the basis of our reality, influencing not only our immediate experiences but also our thoughts, emotions, and behaviors. Moreover, there are

significant cultural differences in how we experience the world primarily through our senses and these are reflected in our language [Majid et al., 2018]. This is explained by the fact that linguistic consciousness is formed under the influence of specific norms, traditions, attitudes, and behavior models accepted in different cultures [Balandina, Peredrienko 2019, p. 4]. What seems pleasant to one may be perceived non-identically by others while employing some collective terms when expressing thoughts or ideas in a certain situation.

A special cultural space is called a cultural code. The structure of the cultural code is complex, and V.A. Maslova and M.V. Pimenova define it as a “set of values, as well as a system of normative and evaluative criteria through which people comprehend the world” [Maslova, Pimenova, 2018, p. 3]. They noted that a person’s relationship to the culture in which he lives is reflected in some of the contents that are literal and expressed explicitly, and in some that have a deep meaning. The perceptual code of culture is thus a set of norms and values about the perception system. Cultural code, as D.A. Moiseenko mentioned, is better traced in phraseological units as they “accumulate not only the culture of the past and present of the people who speak a certain language but also the very spirit of this people” [Moiseenko, 2022, p. 411].

This study aims to describe a part of the perceptual code in phraseological units of English linguo-culture. Through continuous sampling methods, semantic analysis, and statistical analysis, the tasks below are set to achieve the aim:

- to select the PhUs containing the semes of sensory perception;
- to classify the chosen PhUs according to the sensory perception modes; and
- to define the connotation of PhUs containing the sensory perception semes.

Research materials were obtained by extracting the PhUs from the following English dictionaries [*Cambridge Dictionary, Collins Dictionary, Longman Dictionary, Macmillan Dictionary, Merriam-Webster Dictionary, Oxford Dictionary, and The Free Dictionary*]. The study identified keywords containing the lexical seme of visual perception in selecting the phraseological units: words nominating the *perceptual process, sensory organ, perceptual sensation, subjectivity, quality, and perceptual ability/inability*. Using these keywords is essential to collect all the terms and associations related to sensory perception that form the basis of phraseological units. As a result, 796 PhUs of sensory modalities were gained and classified according to the 6 components they contain. Each mode has a common and similar available component to the other modes, and this paved the way for the combined grouping and classification of PhUs for all sensory modes.

Table 1

Classification and Total Count of Sensory Phraseological Units

Lexical Components	No. Sensory PhUs
<ul style="list-style-type: none"> ▪ PhUs with the component “sensory organ” - <i>all sensory modes</i> 	223 units
<ul style="list-style-type: none"> ▪ PhUs with the component “perceptual process” - <i>all sensory modes</i> 	215 units
<ul style="list-style-type: none"> ▪ PhUs with the component “quality of perception” - <i>auditory, gustatory, and tactile modes</i> 	174 units

<ul style="list-style-type: none"> ▪ PhUs with the component “perceptual sensation” - <i>olfactory, auditory, and gustatory modes</i> 	137 units
<ul style="list-style-type: none"> ▪ PhUs with the component “ability/inability to perception” - <i>visual and auditory modes</i> 	44 units
<ul style="list-style-type: none"> ▪ PhUs with the component “subject of perception” - <i>visual mode</i> 	3 units

It is shown that through semantic analysis, the most presentable and numerous in all modes are the PhUs having the component of “sensory organ” formed by the PhUs with the elements of nouns (*eye/s, nose, ear/s, tongue, mouth, skin, finger/s, and hand/s*) and dominated by the units with a negative connotation. The results imply that sensory organs frequently produce an unpleasant effect that is more powerful and immediate. The PhU *shutting one’s ears to something*, for example, conveys a “conscious ignorance or unwillingness to listen”, which reflects an impactful judgment about the behavior. Furthermore, because PhUs commonly convey moral or ethical judgments, sensory organs are symbolically employed to highlight undesirable characteristics or behaviors such as the units *keep one’s nose up at something* that verbalizes the meaning of “arrogance”; *under one’s nose* and *go in one ear and out the other* that represents the meaning of “failure to notice/forgetfulness”; *down in the mouth* and *(a) slip of the tongue* that portrays the meaning of “disappointment”; *to turn one’s nose up at something* that expresses the meaning of “dislike”; as well as *point a/the finger at* and *the finger of blame/suspicion* that gives the meaning of “blame/suspicion”. Additionally, the organs frequently represent deeper psychological and emotional breakdowns or outbursts as seen in the units denoting “sadness” (e.g. *keep one’s nose*); “crying” (e.g. *cry one’s eyes out* and *pipe one’s eye*); “anxiety” (e.g. *make someone’s skin crawl/creep* and *jump out of one’s skin*); and “anger/irritation” (e.g. *wring one’s hands, (get) under the/one’s skin, and thin skin*). These organs are involved in negative phraseological units that can express intricate concepts regarding social relationships and human behavior.

The “perceptual process” is the second most presentable component formed by the PhUs with the elements of verbs (*see, look, hear, listen, smell, taste, touch, etc.*) and dominated by the positively connotated units. The process in vision, olfaction, audition, and tactility is positively verbalized except for gustation which is mostly negative. In verbalizing the group’s positivity, connotative features of “attentiveness” (e.g. *watch like a hawk* and *listen (out) for*); “discovery/realization of the truth” (e.g. *see life, see the light, wake up and smell the coffee/roses, etc.*); “pleasure/enjoyment” (e.g. *smell divine, smell the roses, season to taste, lick one’s lips, lick something into shape, etc.*), “nobility” (e.g. *listen to (one’s) better angels*); “protection/safety” (e.g. *not touch a hair of somebody’s head* and *touch on wood*) and “sympathy” (e.g. *touch a chord in/with*) are identified in this process. The results of this group show that perceptual process units offer reassurance and comfort to assist people in managing difficulties by emphasizing positive interpretations of their experiences. Positively connotated units predominate in the perceptual process to convey messages in a way that is more encouraging and unlikely to cause discomfort.

The “quality” components, being the third most dominant group, are mostly identified in auditory, taste, and touch modes. The verbalization patterns of PhUs related to sensory

qualities that are adjectives in form (*loud, quiet, salty, sweet, bitter, sour, hot, cold, smooth, rough, etc.*) are influenced by the intrinsic nature of sensory experiences, cultural values, and the typical contexts in which these senses are engaged. The qualities of auditory units tend to be mostly neutral due to the everyday and context-dependent nature of sounds as seen in the units *say (something) out loud, so quiet you could hear a pin drop, (as) quiet as a grave, and quiet reflection*. Quality-based gustatory units are mostly positive, reflecting the inherent metaphorical “pleasure, adoration, interest, or desire” (e.g. *little fish are sweet, the sweet science, juicy detail, etc.*) and the importance of “comfortable experience” (e.g. *home sweet home and soft fire makes sweet malt*). Tactile quality phraseologies are negative due to the prominence of physical or emotional “pain” (e.g. *give somebody the cold shoulder, in cold blood, take a heavy toll, rough and tumble, etc.*) and “discomfort” (e.g. *have/give (somebody) a rough ride, feel like death warmed over, chilled/frozen to the marrow, frozen stiff, etc.*) in touch perception and their vividness in language.

Comprising of relevant other words relating to sensory experiences (*odor, scent, stink, echo, sound, whisper, flavor, savor, etc.*), the component of “perceptual sensation” is identified in olfactory, auditory, and gustatory perceptions. It is mostly verbalized negatively in olfaction and audition, while gustation is mostly verbalized neutrally. This suggests that unpleasant experiences are more likely to capture attention than positive experiences, and that strong unpleasant reactions are what make unpleasant experiences memorable. Examples of such expressions are *sound and fury* denoting the meaning of “uselessness” and *stink to high heaven* denoting the meaning of “unpleasant mark”.

The “ability/inability” to perceive sensory information is mostly expressed negatively in PhUs of the vision that creates the core semes of “blindness” and of the audition, which gives a two-fold meaning of “deafness” (a receptive disability) and “muteness” (a productive disability). Phraseological units related to olfaction, gustation, and tactility, are rather rare or non-existent. PhUs such as *turn a blind eye, (as) mute as a fish, and deaf and dumb* are examples of this perceptual inability which can be temporary or permanent.

Being the least numbered group, the “subjectivity” of PhUs is only presented in vision with its elements of *observer* (e.g. *royal observer*) and *watcher* (e.g. *poll watcher*). All constituents of this group embody the neutral meaning because they characterize the perceiving individual. Although there exist individual words in English (*smeller, hearer, taster, toucher, and feeler*) to name the subject, the phraseological components of olfaction, audition, gustation, and tactility were not established to verbalize the doer of an action.

In addition to direct meanings, semantic analysis helps us determine the connotation of PhUs including the semes of sensory perception by pointing to metaphorical sources. Certain phraseological units, such as the VPhU *see the light*, the OPhU *ring a bell*, the APhU *throwing perfume into ash*, the GPhU *bitter/hard pill to swallow*, and the TPhU *a rough diamond/diamond in the rough*, might lose their perceptual component after undergoing certain metaphorical changes. Metaphors give language expressiveness and emotional impact, but they can also represent attitudes and feelings that are difficult to express. As humans, metaphorical thinking plays a major role in comprehending abstract ideas. We make sense of these abstract ideas into familiar, concrete experiences.

Statistical analysis showed that gustation and vision are verbalized positively in language, whereas olfaction, audition, and tactility are mostly expressed negatively. With over 260 (33%), tactile perception has the greatest number of phraseological units, followed by hearing with 204 PhUs (26%), vision with 146 PhUs (18%), and taste mode with 140 units (17%). Olfaction has the fewest phraseological perceptual group, with only 46 units (6%). The percentage distribution of the PhUs for each perceptual mode was estimated using the positive, neutral, and negatively coded units. The figure below shows the connotation of the PhUs:

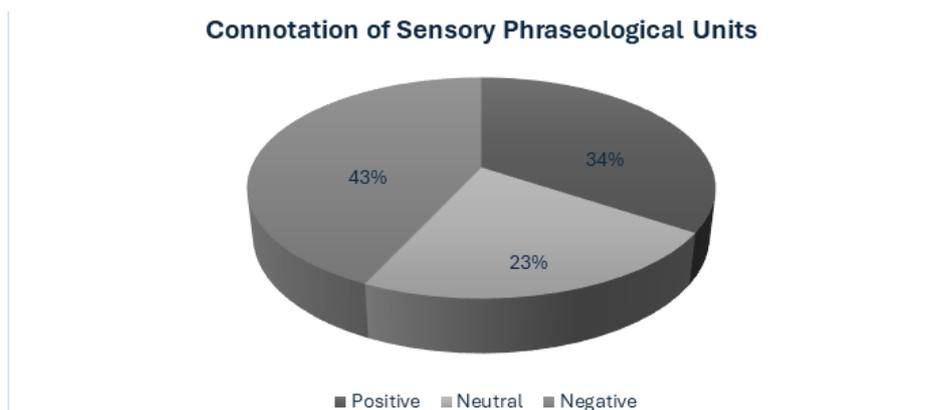


Fig. 1 – Connotation of Sensory Phraseological Units

The data received showed that negative verbalization is more common in the English language with 343 PhUs (43%), followed by units with positive connotations which gained 273 PhUs (34%), and neutrally colored units, which are the least numbered group having a total of 180 PhUs (23%). Vision and gustation are primarily positively verbalized, whereas the olfactory, auditory, and haptic modes are primarily negatively expressed. The results and findings led us to discover that negative sensory experiences are primarily communicated in English to reflect the difficulties that individuals normally face regularly.

References

1. Balandina, E. The model of psycholinguistic image analysis / E. Balandina, T. Peredrienko // *XLinguae*. – 2019. – № 12 (2). – pp. 3-16.
2. Majid, A., Roberts, S. G., Cilissen, L., Emmorey, K., Nicodemus, B., O'grady, L., Woll, B., LeLan, B., de Sousa, H., Cansler, B. L., Shayan, S., de Vos, C., Senft, G., Enfield, N. J., Razak, R., Fedden, S., Tufvesson, S., Dingemanse, M., Ozturk, O., Brown, P., Hill, C., Le Guen, O., Hirtzel, V., van Gijn, R., Sicoli, M. A., Levinson, S. C. (2018). Differential coding of perception in the world's languages. *Proceedings of the National Academy of Sciences* 115, 45, 11369–11376. <https://doi.org/10.1073/pnas.1720419115>.
3. Maslova, V. A. Linguistic Codes / V.A. Maslova, M.V. Pimenova. – Moscow: Flinta, 2018. – 180 p.
4. Moiseenko, D.A. Perceptual code of linguistic culture in the texts of German media // Military-humanitarian almanac. Materials of the XVI International Scientific Conference on Current Problems of Language and Communication. Moscow, 2022. pp. 410-418.

Т. И. ГОЛУБЕВА, С. В. ФИРСОВА

Государственный университет управления
(Москва, Россия)

**ЛИНГВОКОММУНИКАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ
В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА
LINGUISTIC AND COMMUNICATION ASPECTS
IN THE LINGUISTIC PICTURE OF THE WORLD**

Аннотация

В данной статье рассматриваются вопросы сходства и различий различных языков мира в процессе их развития, использующихся в процессе лингвокоммуникации. Разные

языки различаются не тем, что они могут выражать, а тем, что они должны отразить. Процесс дивергенции языка некоторые исследователи сравнивают с дарвиновской эволюцией видов, изменения в языке закрепляются не потому, что помогают выжить, а потому, что они помогают людям общаться, при этом изменения одновременно должны перенять все члены сообщества. Трудно выявить, какой язык является более предпочтительным, все имеют свои достоинства и недостатки. Считается, что существует внешний предел сложности языка, ограниченный аналитической способностью нашего мозга. В статье также рассматриваются трудности, возникающие в процессе перевода с точки зрения осведомленности в области межкультурных различий.

Abstract

The article examines the similarities and differences between different languages in the world, used in the process of linguistic communication. Different languages differ not in what they can express, but in what they are supposed to reflect. Some researchers compare the process of language divergence with the Darwinian evolution of species; changes in language are fixed not because they help to survive, but they help people to communicate, while the changes must be adopted by all members of the community at the same time. It is difficult to determine which language is more preferable; they all have their own advantages and disadvantages. It is believed that there is an outer limit to the complexity of language, restricted by the analytical capacity of our brains. The article also discusses the difficulties encountered in the translation process from the point of view of intercultural awareness.

Ключевые слова: лингвокоммуникация, языковые различия, структурирование, понятийная сложность, язык международного общения, перевод.

Keywords: *linguistic communication, language differences, structuring, conceptual complexity, language of international communication, translation.*

Коммуникация представляет собой процесс обмена информацией между людьми с использованием многообразных каналов связи с помощью различных знаков. Различают как устную, вербальную коммуникацию, так и письменную. К формам устной коммуникации относятся разговор, беседа, дискуссия, презентация и другие; к письменным формам относятся письма и любые письменные формы деловой корреспонденции.

Для того чтобы коммуникация была продуктивной, необходимо, чтобы те знаки, с помощью которых передается информация, были понятны всем участникам процесса. Другими словами, участники интеракции должны владеть языком, понятным им всем.

Лингвисты утверждают, что языки различаются не тем, что они могут выражать, а тем, что они должны транслировать. При наличии времени и готовности объяснить или придумать основные термины любой язык можно использовать, чтобы говорить, о чем угодно. Но они сильно различаются в том, что, по их мнению, говорят говорящие. Вашо, язык индейцев из штата Невада, имеет четыре прошедших и три будущих времени, в зависимости от того, насколько далеко во времени происходит событие. Тариана, язык одной из коренных народностей в Бразилии, обладает «доказательностью»: говорящие выбирают одно из пяти окончаний глаголов, чтобы показать, откуда они знают, что то, что они утверждают, является правдой. Джаравара, тоже язык народности из Бразилии, различает понятия «мы (включая вас)» и «мы (без вас)».

Р.Н. Диксон, профессор и исследователь из университета в Австралии, изучал старые колониальные представления о том, что европейские языки сложны, а языки остальных коренных народов примитивны. В действительности, многие из наиболее тонких видов дискриминации присущи не носителям французского или немецкого языка, а пользова-

телям в изолированных традиционных сообществах. Например, формально-неформальное различие в словах, относящихся к понятию «вы». В немецком и французском языках *du* и *tu* обозначают друзей и семью, а *Sie* и *vous* обозначают неизвестных взрослых или официальную речь. Носители этих языков упускают это различие, говоря по-английски, в котором слово *you* обозначает как «ты», так и «вы». Использующие английский язык часто не понимают, когда им навязывают этот выбор при общении на французском или немецком языке.

Считается, что требование разграничения (формальное или неформальное «вы», включающее или исключаящее «мы», доказательность) полезны. Чем больше информации, тем лучше. Но не каждый язык может требовать включение всех различий: язык, в котором они есть все, будет слишком труден для изучения членами сообщества, не говоря уже о посторонних. Возможно, существует внешний предел сложности языков, ограниченный аналитической способностью нашего мозга.

В рассуждения о том, существует ли превосходство некоторых языков над другими, внесли свой вклад Ф. Пеллегрини и его коллеги из Лионского университета, выдвинувшие гипотезу о плотности информации в речи. В некоторых языках, например, в японском, мало отдельных звуков и строгие правила структурирования слогов, поэтому количество возможных слогов невелико (например, *ka*, *ru*, *to* и т. д.). Другие языки (например, английский) имеют меньше ограничений, поэтому один единственный слог может быть очень сложным, как в слове *strengths*. При прочих равных условиях один слог, выбранный среди английских, будет нести больше информации, чем один из японских. [Реформатский, 2014, с. 236] Но исследование показывает, что этот дисбаланс компенсируется скоростью речи: говорящие на японском языке произносят многие простые слоги быстрее, чем англоговорящие на сложных. Общая плотность информации оказывается одинаковой на самых разных языках. Таким образом, оказывается, что языки сталкиваются с компромиссом между понятийной сложностью и скоростью. На тех, которые насыщены информацией, говорят медленнее, а на более простых, с понятийной точки зрения, – быстрее.

Результаты показывают, что существует оптимальный диапазон скоростей, в котором мозг может обрабатывать информацию наиболее эффективно. Носители простых языков ускоряют темп, чтобы разговоры были краткими. Носители сложных языков прилагают больше усилий для планирования предложений и артикуляции слогов, что приводит к более длительной дискуссии. Однако в обоих случаях информация передается примерно с одинаковой скоростью.

Короче говоря, языками управляют компенсаторные механизмы. Тот язык, который не выражает обязательности определенной информации, может быть легким в изложении, но оставляет слушателю возможность заполнить пробелы, руководствуясь собственным суждением. Такой язык может быть прост в освоении, но менее выразителен. В некоторых языках существует много повторяющихся элементов, например, в выражении *los tres gatos negros están mojados* («три черных кошки мокрые» по-испански) все шесть слов обозначают множественное число. Для китайского языка достаточно всего лишь один раз отметить множественное число [Самые лучшие...].

Язык постоянно развивается и видоизменяется: возникают новые обычаи, исчезают старые. Язык трансформируется и эволюционирует. Можно проследить сходство между языковыми изменениями и биологической эволюцией, а также некоторые существенные различия. Открытия в лингвистике отразились на эволюционной теории. В конце XVIII века Уильям Джонс, британский подданный, пришел к выводу, что сходство санскрита с латынью и греческим языком слишком велико, чтобы его можно было объяснить простой случайностью. Он предложил праязык, потомками которого стали санскрит, греческий, латынь, персидский и другие европейские языки. Его открытия привлекли

внимание молодого Чарльза Дарвина. В своей книге «Происхождение видов», рассматривая доказательства того, что совершенно разные языки когда-то разошлись от одного прародителя, он провел связь между языковой дивергенцией и человеческой эволюцией.

Согласно Дарвину, видообразование – возникновение отдельных видов – выстраивает параллель между языковой и биологической эволюцией. Дарвин обнаружил, что тупики, птицы, живущие на разных Галапагосских островах, развились в разные виды, и определил, почему. Когда однородная популяция разделяется в силу определенных причин, на каждую подгруппу будут влиять свои собственные генетические изменения. Те виды, которые имеют хоть немного больше способностей к выживанию, будут иметь преимущество в процессе естественного отбора. Когда такие изменения накапливаются, образуются уже не две популяции одного вида, а два разных вида.

Неадаптивная мутация в природе может привести к смерти организма. С языком все происходит не совсем так. Две лингвистические группы, разделенные достаточным расстоянием или физическим барьером, могут пережить аналогичный опыт. Случайные изменения – в произношении, значении слов или грамматике – часто настолько малы, что никто их не замечает. Например, на протяжении многих поколений звук *t* может стать звуком *s*. По большей части изменения закрепляются не потому, что помогают выжить, а потому, что они помогают людям общаться. Для этого изменения одновременно должны перенять другие члены сообщества, что может произойти по причинам, не имеющим ничего общего с «необходимостью».

Несмотря на всю поэтичность и эмоциональность французского, прагматичность и логичность немецкого, певучесть и доступность итальянского, английский язык был признан языком международного общения. Этому процессу способствовал ряд факторов. По количеству людей, использующих английский язык для общения, причем это касается не только носителей языка, он занимает ведущую позицию. Согласно справочнику *Ethnologue*, его используют для общения 1,4 миллиарда человек. Английский язык считается официальным языком в 67 странах мира. Во-вторых, английский по умолчанию используется как средство коммуникации на международных конференциях, саммитах, в деловой корреспонденции, договорах и официальных бумагах. На английском языке ведется обучение на международных программах в учебных заведениях по всему миру. Английский язык стал широко распространенным.

Продвижение английского языка на лидирующее место базируется на истории Великобритании. По мере развития и расширения Британской империи, в ходе ее захватнической политики в XVII-XVIII веках у англичан появились колонии по всему миру: от Австралии и Индии до Африки и большей части Северной Америки. В период ее расцвета площадь Британской империи составляла 32 млн. км². Усилению положения английского языка в мире помогло становление и возрастание роли на международной арене бывшей колонии Великобритании – Соединенных Штатов Америки. Хотя изначально и до настоящего времени в США приезжают люди разных национальностей из разных стран, использующих разные языки, но в государственных учреждениях и школах практикуется исключительно английский язык, на нем оформляются любые официальные документы, без знания английского трудно устроиться на работу и т.д. Таким образом, государственная поддержка усилила международную роль английского языка. Английский язык на сегодняшний день является языком экономики, политики, науки, информационных технологий, культуры и СМИ [Почему английский...].

Ввиду того, что люди вступают в различного рода политические, экономические, культурные взаимоотношения, для точного, корректного понимания и обмена информацией, необходимо обратить внимание на такие аспекты иноязычной компетенции, как перевод и терминология.

Перевод является средством иноязычной коммуникации, предполагающий обмен информацией между говорящими на различных языках с оптимальной степенью смыслового соответствия. Существуют разные подходы к трактовке понятия «перевод». Согласно А.В. Федорову, перевод подразумевает «процесс, совершающийся в форме психического акта», в результате которого одно речевое произведение трансформируется с исходного языка на переводящий язык, создавая новое произведение.

Процессы глобализации и расширение международных связей и сотрудничества способствовали переходу переводоведения в самостоятельную научную дисциплину. Такой вид языковой деятельности как перевод представляет интерес не только для лингвистов, профессиональных переводчиков, преподавателей иностранного языка, но и для специалистов, работающих в таких сферах как экономика, политика, финансы и бизнес. Говоря о переводе, следует иметь в виду базовые понятия, такие как адекватность и эквивалентность.

Адекватность является центральным понятием теории перевода. Некоторое время понятия «адекватность» и «эквивалентность» рассматривались как равноценные. Под «адекватным переводом» понимался «полноценный перевод», который полноценно передавал смысловое содержание оригинального сообщения.

Согласно В.Н. Комиссарову, «адекватность перевода» – это, прежде всего, «соответствие перевода требованиям и условиям конкретного акта межъязыковой коммуникации» [Комиссаров, 2013, с. 32].

Если рассматривать эквивалентность как результат переводческого процесса, то в этом случае адекватность представляет собой движение к точному переводу и способ нахождения оптимального переводческого решения. Таким образом, адекватность представляет собой трансформацию сообщения, конечным результатом которой и будет эквивалентный перевод.

Существуют различные подходы к пониманию понятий эквивалентности и адекватности. Согласно одному из них, эквивалентность связывается с конечным результатом процесса перевода, в то время как адекватность связывают с самим процессом.

Согласно другому, соответствие исходного и получившегося сообщения считается эквивалентностью, в то время как степень эквивалентности в переводном тексте считается адекватностью. Оба понятия относятся к оценке результата, их разграничение осуществляется с помощью понятия инвариантности: текст перевода признается эквивалентным, если в нем соблюдены все требования к инвариантности, если же существуют отступления от этих требований, то текст перевода считается адекватным [Эквивалентность...].

Существует мнение, что определение «эквивалентности» и «адекватности» сообщения зависят от типа переводимого текста. Термин «эквивалентный перевод» больше связан с переводом художественных текстов, а «адекватный перевод» относится к категории документального, информативного характера.

При переносе реалий переводного текста требуется знание межкультурного контекста языка-оригинала и языка-перевода. Помимо корректного смыслового воспроизведения информации требуется повторение эмоциональных аспектов сообщения. При соблюдении такого соответствия перевод обладает эквивалентностью. Таким образом эквивалентность перевода сообщения должна включать и культурную эквивалентность для отражения в исходном и переводном текстах сходных коммуникативных функций в случае разных культурных традиций.

Любой язык является отражением культуры, традиций и обычаев, истории, менталитета его носителей. Различия между языками могут быть такими же существенными, как и между людьми, говорящими на разных языках. Разница культур носителей языка оригинала и языка перевода является причиной трудностей при переводе. Эквивалентный

перевод предполагает учитывать социально-культурные обычаи и реалии оригинальных текстов при преобразовании. Одного понимания информации мало. Необходимость наличия у переводчика так называемых «фоновых» знаний, представляющих собой весь объем знаний людей, принадлежащих к одной этнокультуре, выходит во главу угла. Различия или отсутствие фоновых знаний могут стать причиной неэффективной межкультурной коммуникации, вести к непониманию и разногласию.

Лингвокультурные различия также приводят к такому явлению как интерференция, то есть перенос образа мышления, ценностей переводчика одной культуры на язык перевода. Данный процесс чаще всего происходит неосознанно. Если при переводе происходит искажение смысла сообщения, то это является случаем отрицательной интерференции.

Еще одной из трудностей, возникающей при переводе, являются лексико-смысловые изменения в языке. Примером таких изменений могут служить слова и коннотации, возникшие в английском языке с введением понятия «политической корректности». При переводе на английский язык желательно употреблять политически корректную лексику, не различающую людей по национальному или гендерному признаку.

Подводя итоги, желательно отметить важность знания межкультурной составляющей как при неформальном общении людей различных национальностей, так и для адекватного перевода информации. Язык в качестве средства коммуникации подвергается изменениям и может эволюционировать. Для корректного перевода необходимы знания не только языка и смысловой семантики, но и фоновые знания, подкрепляющие социокультурные особенности различных культур. Говоря о выборе языка в качестве объекта изучения можно провести аналогию между языками и домом в западном стиле. Домовладельцу необходимо иметь несколько обязательных комнат (кухня, спальня, гостиная, ванная комната) и несколько дополнительных (кабинет, комната для гостей). При фиксированном бюджете нельзя иметь все дополнительные услуги. Аналогичным образом трудно определить «лучший» язык. В конце концов, пользователи должны составить свой собственный список желательных элементов, а затем внимательно изучить несколько языков, чтобы решить, в каком языке больше привлекательных черт, чем в другом. Но список преимуществ сам по себе является предметом для обсуждения. Несмотря на все его научные критерии, в конечном итоге выбор остается за пользователем.

Список литературы

1. Комиссаров, В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): учебник – М.: Высш. Шк., 2013. – 253 с.
2. Реформатский, А. А. Введение в языковедение: учебник/ А. А. Реформатский; под науч. Ред. В.А. Виноградова. – изд. 5-е, испр. – М.: Аспект Пресс, 2014. – 536 с.
3. Почему английский международный язык: история и современность. – URL: <https://lingualeo.com/ru/blog/2024/04/26/pochemu-angliiskii-mezhdunarodnyi-yazyk/> (дата обращения: 20.06.2024)
4. Эквивалентность и адекватность в переводе. – URL: <https://studfile.net/preview/2915646/page:11/> (дата обращения: 25.06.2024).
5. Самые лучшие языки в мире. – URL: <https://www.lingoda.com/blog/ru/samyeluchshie-yazyki-v-mire/> (дата обращения: 25.06.24).

ФУ ХУЭЙЮЙ

Южно-Уральский государственный университет
(Челябинск, Россия)

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ЗАПАХОВ В РАЗНЫХ КУЛЬТУРНЫХ КОНТЕКСТАХ

VERBALIZATION OF ODORS IN DIFFERENT CULTURAL CONTEXTS

Аннотация

В данной статье рассматривается феномен вербализации запахов в различных культурных контекстах, с акцентом на сравнительный анализ лексических и семантических особенностей. Несмотря на универсальность обонятельных восприятий, языковые средства их выражения существенно различаются в зависимости от культурной принадлежности. Цель исследования – выявить закономерности и различия в способах вербализации запахов в разных языковых традициях, а также понять, как культурные и социальные факторы влияют на формирование и использование лексики, связанной с запахами. Проанализированы средства выражения запахов, включающие естественные прилагательные, слова, связанные с концептом вкуса, комплементарные слова, а также глаголы, описывающие проявление и восприятие запахов. Исследование показывает, что китайский язык обладает богатым лексическим разнообразием для описания запахов, что отражает влияние культурных традиций, таких как кулинария и традиционная медицина, на языковые структуры. Особое внимание уделено терминологии, описывающей приятные запахи, связанные с природой, что подчеркивает эстетическую ценность и уважение к природе в китайской культуре.

Abstract

This article examines the phenomenon of verbalization of smells in various cultural contexts, with an emphasis on a comparative analysis of lexical and semantic features. Despite the universality of olfactory perceptions, the linguistic means of their expression vary significantly depending on cultural background. The purpose of the study is to identify patterns and differences in the ways smells are verbalized in different linguistic traditions, as well as to understand how cultural and social factors influence the formation and use of vocabulary associated with smells. The means of expressing odors are analyzed, including natural adjectives, words related to the concept of taste, complementary words, as well as verbs describing the manifestation and perception of odors. The study shows that the Chinese language has rich lexical diversity for describing smells, reflecting the influence of cultural traditions such as cooking and traditional medicine on language structures. Particular attention is paid to the terminology describing pleasant smells associated with nature, which emphasizes the aesthetic value and respect for nature in Chinese culture.

Ключевые слова: вербализация запахов, китайский язык, культурные контексты, лексико-семантическое поле, психолингвистика, лингвокультурология, сенсорное восприятие.

Keywords: odor verbalization, Chinese language, cultural contexts, lexical-semantic field, psycholinguistics, linguoculturology, sensory perception.

Постановка проблемы

Обоняние является одним из наиболее древних и значимых чувств человека, однако тема вербализации запахов в различных языках остаётся недостаточно изученной в лингвистике. Различные культуры по-разному воспринимают и описывают запахи, что отражается в языковых средствах, используемых для передачи этих ощущений. Культура определяет не только содержание понятий, но и способы их выражения, поэтому изуче-

ние вербализации запахов открывает уникальные возможности для анализа культурных различий и сходств.

Исследование вербализации запахов представляет сложность, так как обонятельные впечатления часто трудно описать словами. Тем не менее, в разных языковых и культурных традициях существуют разнообразные способы описания запахов, которые могут служить индикаторами культурных норм и ценностей. В данной статье рассматриваются подходы различных культур к вербализации запахов и факторы, влияющие на лексический выбор и семантическое содержание.

Теоретический обзор

Запахи представляют собой одну из наиболее запоминающихся, но сложных для восприятия областей человеческого опыта. С древних времён ещё Платон отмечал трудности абстрактного анализа запахов, так как их разнообразие не имеет чётких наименований. Однако последние исследования в лингвистике и психофизике показали ограниченную связь между языком и восприятием ароматов.

Лингвисты отмечают, что во многих индоевропейских языках отсутствует точная и последовательная терминология для описания запахов, а современные исследования свидетельствуют о второстепенной роли ароматов в большинстве культур. Кроме того, эксперименты в области психологии показывают, что идентификация типичных домашних запахов оказывается неожиданно сложной задачей.

Процесс оценки ароматов всегда включает культурные и личные аспекты, связывая запах с другими ассоциациями, ценностями и воспоминаниями. Анри Бергсон подчёркивал взаимосвязь между убеждениями, ощущениями, образами, эмоциями и волей, что также актуально для восприятия запахов.

Для уточнения понятия «концепт» следует рассмотреть аспекты когнитивной лингвистики, которые часто трактуются неоднозначно. Одним из ключевых понятий является концептуальная картина мира – совокупность знаний о мире, формирующихся в процессе человеческой деятельности, а также механизмы интерпретации новых знаний. Китайские когнитивисты У Гохуа и Пэн Вэньчао подчёркивают, что языковая картина мира, основанная на языковых конструкциях и значениях слов, отражает восприятие действительности на определённом этапе культурного и языкового развития [У, Пэн, 2003, с. 6].

Чжоу Вэньгуань сосредотачивает своё исследование на той части концептуальной картины мира, которая закреплена в языке и называется языковой картиной мира [Чжоу, 2016, с.6]. Для понимания взаимосвязи между языковой и концептуальной картинами мира важно изучить процесс формирования концептов, что требует рассмотрения концепта как лингвокультурного феномена для более глубокого анализа.

Концепт, будучи многогранным понятием, не имеет однозначного определения и рассматривается в лингвистике с различных точек зрения. В данном контексте концепт трактуется как когнитивная сущность, связывающая смысл с употребляемым словом, что предложил французский психолог Ж. Ришар [Richard, 1999, с.81].

По мнению Ю.С. Степанова, структура концепта характеризуется сложной, многоуровневой организацией, включающей этимологию, историю, современные ассоциации, оценки и коннотации, что делает его культурным феноменом [Степанов, 2022, с.148]. Концепт формируется из различных исторических слоев, которые различаются по происхождению, времени возникновения и значению, отражая культурное разнообразие эпох. В результате структура концепта может включать актуальные, исторические и этимологические признаки.

Освоение концепта предполагает создание структуры на основе уже существующих концептов, которые действуют как интерпретаторы и помогают интегрировать новый концепт в систему представлений.

В. Галессе [Galesse, 2008, с.16] и Дж. Лакофф [Lakoff, 2023, с.82] обобщают исследования, заключая, что когнитивный концепт формируется в сознании под воздействием чувственного восприятия мира, социальных ролей, мыслительных операций с существующими концептами и языкового общения, которое способствует передаче и разъяснению концептов.

Таким образом, концептуальные признаки отражают различные аспекты реального или идеального мира и варьируются по степени абстрактности, что делает концепт важной частью национальной концептосферы.

Категоризация запахов в культурных контекстах

Одним из общепринятых классификаций запаха является колесо ароматов М. Эдвардса, представленное на рис. 1.



Рис. 1 – Колесо Ароматов Майкла Эдвардса [Michael Edwards' world of fragrances]

Каждая из этих категорий дополнительно разделена на от трех до пяти подкатегорий, обеспечивая более детальное описание ароматических характеристик. Интересным аспектом этой классификации является включение кожаных ароматов в категорию сухих древесных, что придает ей своеобразную специфику. Классификация ароматов Майкла Эдвардса служит эффективным инструментом для систематизации и анализа запахов, облегчая их сравнение и понимание. Эта система позволяет группировать ароматы в категории, такие как цветочные, фруктовые и пряные, каждая из которых вызывает определённые ассоциации и эмоциональные реакции.

Цветочные ароматы, например, роза, лаванда и жасмин, связаны с нежностью и романтикой. Фруктовые, такие как яблоко и апельсин, ассоциируются со свежестью и яркостью, а пряные ароматы вызывают ощущение тепла и уюта. Таким образом, классификация Эдвардса является ключевым инструментом для специалистов в парфюмерии и смежных областях, где важно точное понимание ароматов.

Категоризация ароматов структурирует наше восприятие запахов, делая их описание более точным и понятным, а также создаёт единый язык для обсуждения ароматов. Разные категории ароматов вызывают специфические эмоции и ассоциации. Например, цитрусовые ароматы ассоциируются с бодростью, а древесные – с умиротворением.

Ч. Ва в своей монографии «Социальная жизнь материалов» отметил, что в Китае в 2010-2015 годах популярностью пользовались средства для купания с ароматами розы и пиона [Wah, 2020, с.230]. Иероглиф «Сян» (香), обозначающий аромат в китайской культуре, имеет глубокое этнокультурное значение и широко используется в идиоматических выражениях:

1.活色生香 – досл. «аромат, бьющий в ноздри», используется при описании женственного благоухания.

2. 天香國色 – досл. «национальный колорит Тяньсяна», отсылка к сравнению женской и природной красоты с пионом в стихотворении Ли Чжэнфэна «Тяньсян» (эпоха императора Вэньцзуна, IX век)

3. 香憐玉惜 – досл. «Люби аромат и цени нефрит». Данная аллюзия представляет собой комбинацию двух стихотворных выражений. Первые два иероглифа 香憐 отсылают к стихотворению Сюй Вэя «Бабочка» (династия Тан, VII век). Поэт описывает бабочку, только что превратившуюся из гусеницы и вышедшую из панциря. Она всегда беспокоится о нападении со стороны птиц, но полна цветочного аромата и привлекает внимание окраской. Данные иероглифы означают любовь к аромату цветов. Третий и четвертый иероглифы 玉惜 являются отсылкой к стихотворению Юань Хаовэня «Абрикос цветет среди шипов». Поэт сравнивает цветы абрикоса, растущие в разных местах. Те, что цветут в терновнике в деревне, оставляют увядать без ухода, а те, что цветут в столице, «лелеют, как цветы, как нефрит», и холят, как нефрит. драгоценный нефрит. Позже эти два слова были объединены в «любви аромат и цени нефрит», что является метафорой любви к женщинам и хорошего обращения с ними. «Аромат» и «нефрит» используются для описания молодых и красивых женщин [Dictionary of Chinese idioms].

При создании новых продуктов или обновлении существующих, компании представляют концепцию продукта, включая требования к аромату. Парфюмерные дома затем предлагают варианты ароматов, воплощающие эту концепцию. В отличие от физических объектов, например, таких как золото, ароматы часто остаются невидимыми до момента их раскрытия.

Средства вербализации запахов в китайском языковом пространстве

В китайском этнокультурном контексте к средствам вербализации запахов можно отнести следующие группы:

- естественные прилагательные (土腥- аромат недавно вскопанной почвы 泥土 – землистый запах, аромат с землистой ноткой и др.),
- слова, связанные с концептом вкуса (鱼腥味 пахнущие рыбой, острые, сильные, неприятные; 柠檬味 лимонно-терпкие – пикантные цитрусовые ноты),
- заменяющие и комплементарные слова к концепту запах (香气 аромат, 花束 букет ароматов – смесь цветочных ароматов, 光环 аура – запах, окружающий что-то);
- глаголы проявления запаха (有味: источать плохой запах, 走味: терять аромат, выдыхаться и др.);
- глаголы восприятия запаха (品味 – различать запахи, 辨味 – определять запахи и др.).

Изучение лексико-семантического поля «запах» в китайском языке в рамках психолингвистики и лингвокультурологии выявляет важные аспекты. Китайский язык отличается богатым разнообразием лексики для описания различных запахов, что свидетельствует о внимательном отношении к сенсорным впечатлениям. Это разнообразие, вероятно, связано с влиянием культурных традиций, таких как кулинария и традиционная медицина, на языковые структуры.

Заключение

Концептуальные признаки отражают различные аспекты реального или идеального мира, воспринимаемые человеком и варьирующиеся по степени абстрактности. Среди них выделяются перцептивные концепты, связанные с ощущениями, такими как осязание, слух, вкус, зрение и обоняние.

Концепт «запах» имеет сложную структуру, включающую понятийные и лингвокультурные компоненты. Понятийная часть связана с рациональным пониманием запаха, тогда как лингвокультурная включает ассоциативный, образный, этимологический и оценочный слои. Особое внимание уделяется оценочному слою, который выражает сенсорные оценки через рефлекторные категории. Языковые единицы, связанные с обо-

нянием, несут ярко выраженные оценочные значения, что обусловлено природой обонятельного восприятия.

Культурные интерпретации ароматов могут переносить физические реакции на объекты, которые либо почитаются, либо избегаются. Ароматы могут символизировать ценности и вызывать сильные эмоции, влияя на настроение и поведение. Они охватывают различные сферы человеческого опыта, от физиологических до социальных и лингвистических.

Ограниченность лексических средств для описания ароматов побуждает использовать творческие методы, такие как метафоры и ассоциации, для создания более выразительных описаний. Метафоры и сравнения играют ключевую роль в передаче эмоций и атмосферы, связанных с ароматами. Разнообразие терминов для описания приятных запахов, связанных с природой, подчеркивает важность эстетических ценностей в китайской культуре.

Список литературы

1. Степанов, Ю. Концепты. Тонкая пленка цивилизации. – Litres, 2022. – 405 с.
2. У Гохуа, Пэн Вэньчао. О языковой картине мира как объекте исследования лингвистики // Иностранные языки и преподавание иностранных языков. – 2003. – № 2. – С. 5-9.
3. Чжоу Вэньгуань (ред.) Концепты и вкусы: Взгляд на концептуальные метафоры в китайской идеологической литературе. – Ваньцзюаньлоу, 2016. – Т. 5.
4. Dictionary of Chinese idioms. – URL: <https://dict.idioms.moe.edu.tw/idiomList.jsp?idiom=%E9%A6%99&qMd=0&qTp=1&qTp=2> (дата обращения: 10.08.2024).
5. Galesse, V. Mirror neurons and the social nature of language // Social Neuroscience. – 2008.
6. Lakoff, G. What is a conceptual system? // The nature and ontogenesis of meaning. – Routledge, 2023. – С. 41-90.
7. Michael Edwards' world of fragrances. – URL: <https://www.fragrancesoftheworld.com/> (дата обращения: 10.08.2024).
8. Richard, J. F. Comportements, buts et représentations // Psychologie française. – 1999. – Т. 44. – №. 1. – С. 75-90.
9. Wah, C. C. The peony and the rose: Social change and fragrance marketing in China's bath market // The Social Life of Materials. – Routledge, 2020. – С. 227-244.

А. М. ХАСАНОВ

*Институт узбекского языка, литературы и фольклора
Академии наук Республики Узбекистан,
(г. Ташкент, Узбекистан)*

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ДИАЛЕКТНЫХ СЛОВ

LINGUOCULTURAL FEATURES OF DIALECT WORDS

Аннотация

В статье даются некоторые комментарии об отличии диалектных слов от слов литературного языка и лексики других диалектов, а также о лингвокультурно-употребительных особенностях. Показано, что языковые единицы тесно связаны с этнической и национальной культурой. Показано, что принцип «диалект - региональная форма языка»

как философская категория соответствует диалектическим законам. Выявлена лингвистическая значимость изучения речи представителей диалекта. В его основе лежит появление слов, которые появляются в соответствующих диалектах в зависимости от этноменталитета, мировоззрения и языкового восприятия. Подчеркивается, что диалектные единицы, встречающиеся у представителей диалекта, соответствуют региону и культуре, где проживают представители диалекта. Изучая такие единицы, можно охарактеризовать своеобразие культуры нации и этноса. Это дает важные сведения лингвистике, в частности лингвокультурологии.

Annotation

The article provides some comments on the difference between dialect words and words of the literary language and vocabulary of other dialects, as well as on linguistic and cultural features of usage. It is shown that linguistic units are closely related to ethnic and national culture. It is shown that the principle "dialect is a regional form of language" as a philosophical category corresponds to dialectical laws. The linguistic significance of studying the speech of representatives of the dialect has been revealed. It is based on the appearance of words that appear in the corresponding dialects depending on the ethnomentality, worldview and linguistic perception. It is emphasized that the dialect units found among representatives of the dialect correspond to the region and culture where the representatives of the dialect live. By studying such units, one can characterize the uniqueness of the culture of a nation and ethnic group. This provides important information to linguistics, in particular cultural linguistics.

Ключевые слова: этнос, диалект, язык, культура, сравнительное исследование.

Keywords: ethnicity, dialect, language, culture, comparative study.

Язык сложное явление, его развитие или упадок, возникновение или развитие не могут изучаться отдельно от культуры народа и этноса. Индивидуальность и неповторимость единицы, называемой народом, нацией, в первую очередь описывается языком. Точно так же внутренняя система языка, в частности, лексика, тесно связана с культурой и историей народа.

Для изучения лексических единиц, существующих в родственных языках, а также в разных диалектах одного и того же языка и не встречающихся в других этнических языках, прежде всего необходимо изучить культуру и традиции народа, использующего эти единицы. Ведь каждая единица языка возникла в результате определенной языковой потребности и служит удовлетворению этой потребности.

При изучении лексики диалектов можно сравнительно изучать две системы, например два диалекта или литературный язык. В этом процессе ясно наблюдаются междиалектные чередования и лакунарные явления. Понятийный аппарат лингвокультуры имеет достаточные возможности для проведения таких сопоставительных исследований.

Очевидно, что в узбекском языке, сочетающем в себе элементы и особенности языков карлукской, кыпчакской и огузской групп и имеющем различные диалекты, наблюдается внутренний недостаток понятий и слов. Естественно, что имеются различия, особенно при сравнении общенародного литературного языка и лексики диалектов. Действительно, литературный язык не может отразить все слова народных говоров [Khasanov, 2023. с. 185]. К таким словам относятся *тагдари* (нижняя часть дверной коробки), *чангол* (блюдо, приготовленное путем смешивания горячего хлеба с маслом) и *авго* (часть горы, которую легко пересечь). Эти слова образуются применительно к образу жизни и культуре соответствующей местности.

В некоторых случаях наблюдается, что форма не выбирается и не оформляется в виде слов, потому что нет необходимости выражать смысл так, как он предстает в со-

знании людей [Ҳасанов, 2022, с. 145]. Иными словами, наличие лексических единиц свидетельствует о существовании определенного понятия в общественном сознании, однако наличие языковой единицы не является необходимым для существования понятия [Majidovich, 2022, с. 26]. В узбекской национальной культуре существует понятие *не брать назад слова великих людей* (не подвергать сомнению их слова, не возражать). Однако лексемы для его названия нет, поэтому его приходится объяснять комментарием или фразой. Данная ситуация показывает, что лексема, соответствующая понятию, не всегда имеется в языке. Естественный язык обладает огромной возможностью охватывать и выражать предметы, явления, их свойства и отношения, принадлежащие различным областям объективного мира и познания. Это семантически закрытая система. Другими словами, естественный язык может создавать и выражать себя независимо, не обращаясь к другим языкам [Ҳасанов, 2021, с. 285]. Благодаря этим особенностям язык с наименьшим количеством лексем считается обладающим в глазах его владельцев достаточными выразительными возможностями.

Приведенный анализ показывает, что каждая языковая единица воспринимается в зависимости от культуры, менталитета и обычаев этноса, которому она принадлежит. Благодаря сравнительному изучению этих аспектов возможен более глубокий анализ культурных и совокупных характеристик языков. Это считается основным направлением антропоцентрического подхода к языку и полезно для понимания и перевода других языков.

Список литературы

1. Аскольдов, С. А. Понятие и слово // Русская словесность. От теории словесности к продолжению текста: антология. – М., 1997. – С. 260–267.
2. Маслова, В. А. Современные направления в лингвистике. – М.: Академия, 2008. – С. 131.
3. Ҳасанов, А. Lacuna is a problem of linguistics and linguoculturalogy // «Универсальное и культурно-специфичное в языках и литературах» Сборник материалов VII международной научной конференции. – Курган, 2023. – С. 377-382.
4. Khasanov A. M. LEXICAL GAP AS A PROBLEM OF LINGUISTICS AND CULTURAL STUDIES // «Актуальные проблемы переводоведения в XXI столетии» Материалы VIII Междунар. очно-заочной научно-практической конф.. – Горловка, 2023. – С.184-187.
5. Khasanov, A. M. (2023). METHODS OF FILLING THE LEXICAL GAP USING WORD DERIVATION // Finland International Scientific Journal of Education, Social Science & Humanities, 11(5), 2023. – P. 1024-1035.
6. Majidovich, H. A. Filling lexical gaps with colloquial words // International Journal on Integrated Education, Vol. 5 (11). – Indonesia, 2022. – P. 25-32.
7. Ҳасанов, А. Ўзбек адабий тилидаги лексик бўшлиқларни тўлдиришнинг диалектал асослари. Ташкент: BOOKMANY PRINT, 2022 – Б. 160.
8. Ҳасанов, А. Filling lexical gaps in the uzbek language with dialectisms (based on livestock vocabulary) // ЎЗМУ хабарлари. – Тошкент, 2021. №1/2/1. – Б. 284-287.
9. Ҳасанов, А. On the differences between literary and dialectal vocabulary // Ўзбекистонда хорижий тиллар. – Тошкент, 2020. №6 (35). – Б. 41-51.

О. А. ХРУЩЕВА, Д. М. ШУРБАЕВА
Оренбургский государственный университет
(Оренбург, Россия)

**ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ИНКЛЮЗИВНОЙ ЛЕКСИКИ
(НА ПРИМЕРЕ СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ)**

**LINGUOCULTURAL FEATURES OF INCLUSIVE VOCABULARY
(CASE STUDY OF PRESENT-DAY ENGLISH AND RUSSIAN LANGUAGES)**

Аннотация

*Данная статья посвящена описанию лингвокультурных особенностей инклюзивной лексики в современном английском и русском языках. Корпус примеров исследования включает 350 англоязычных и 120 русскоязычных единиц, которые были отобраны из современных лексикографических печатных и электронных источников. В результате сопоставительного, дискурсивного и контент-анализа инклюзивной лексики из корпуса примеров работы формулируется вывод об универсальных и национально-культурных особенностях данного блока лексики. Использование эвфемизмов, гендерно-нейтральных слов и словосочетаний относятся к универсальным характеристикам. Проводится параллель между трендом *People-first language* и интернациональными инклюзивными единицами. Инклюзивные единицы с национально-культурным компонентом значения зафиксированы как в английском, так и в русском языках. Значительная доля инклюзивных терминов и терминологических сочетаний образуют лакуны, что может представлять сложность в работе переводчика.*

Abstract

*The article is devoted to the description of linguocultural features of inclusive vocabulary in the present-day English and Russian languages. The research corpus contains 350 English and 120 Russian lexemes selected from the contemporary lexicographic printed and online sources. The comparative, discourse and content analyses of the units from the research corpus have enabled us to conclude about the universal and national features of the inclusive vocabulary. Euphemisms, gender neutral words and word combinations are considered to be universal features of the inclusive vocabulary. The parallel is drawn between *People-first language* trend and international inclusive units. Inclusive lexemes with national cultural features have been recorded both in English and in Russian. A considerable number of inclusive terms make a part of lacunae that can be challenging for translation.*

Ключевые слова: инклюзивная лексика, русский язык, английский язык, языковая политика, эвфемизм, лакуна.

Keywords: *inclusive vocabulary; the Russian language, the English language, language policy, euphemism, lacunae.*

В современном обществе особое внимание уделяется толерантному отношению граждан друг к другу, уважению прав, свобод и достоинства человека, что обуславливает развитие и востребованность инклюзивной лексики. Лексемы данной группы входят во всеобщее употребление благодаря глобализации и межкультурному взаимодействию.

В рамках данной работы мы рассмотрим универсальные и национально-культурные особенности инклюзивной лексики на примере английского и русского языков. В целях исследования для составления корпуса англоязычных примеров и их последующего анализа использовалось пособие *Inclusive language guidelines*, опубликованное в 2018 году

в Великобритании [Inclusive...]. Корпус примеров русскоязычной инклюзивной лексики основан на данных онлайн-ресурса «Такие Дела», а также размещенном на данной платформе словаре инклюзивной лексики [Такие дела...]. Следует констатировать, что структура названных лексикографических источников во многом схожа и включает типичные тематические блоки о религиозной и национальной принадлежности, состоянии психического и физического здоровья и т.п.

К универсальным характеристикам инклюзивной лексики относится эвфемия (замена стилистически маркированных единиц на нейтральные термины, эвфемизмы); соблюдение норм гендерного равенства; проявление уважения к различиям в культуре и менталитете. К примеру, вместо слов инвалид или инвалидность предпочтительно применять термины человек с ограниченными возможностями или особыми потребностями. В английском языке наличествуют аналогичные устоявшиеся переводческие соответствия *the disabled*, *the handicapped* и их стилистически нейтральные замены *a person with a disability*, *people with disabilities*. Вместо вариантов здоровые и нормальные люди рекомендуется отдавать предпочтение устоявшимся словосочетаниям люди без ограниченных возможностей или способностей. В английском языке популярностью пользуется эвфемизм *people without a disability* вместо *normal*, *healthy*, *able-bodied people*.

Присутствие подобных лексических единиц в обоих языках характеризует актуальное направление *People-first language*, которое охватывает разные тематические группы лексики (психическое и физическое здоровье, национальная принадлежность, род занятий и прочие).

Важно отметить, что интернациональный характер инклюзивной лексики не является абсолютным; более того, лексемы названного типа проявляют национально-культурные особенности.

Одним из типичных примеров выступает словосочетание *marital status*, использование которого в настоящее время в английской культуре считается неуместным. Инклюзивная замена *relationship status* помогает уточнить статус партнерских отношений и звучит более нейтрально. Тенденция использовать в речи гендерно-нейтральные лексические варианты привела к возникновению словосочетания *surviving civil partner* («выживший гражданский партнер») вместо *widow/widower* («вдова, вдовец»).

Значительный интерес для исследования представляет корпус русскоязычной инклюзивной лексики, в частности, категория «Социально-уязвимые группы». В ряду примеров следует назвать: человек с алкогольной зависимостью вместо алкоголик; бездомный (человек) – БОМЖ; семья в трудной жизненной ситуации – неблагополучная семья, кризисная семья; трудовой мигрант – гастарбайтер; приезжие – иностранец.

Словосочетание срок дожития является уникальной единицей корпуса русскоязычных примеров и обозначает средний срок жизни гражданина на пенсии, исчисляемый статистическими методами и используемый для определения размера накопительной пенсии.

Необходимо отметить, что в лексикографическом ресурсе, выбранном в целях данного исследования, особое внимание уделяется географическому блоку лексики. Инклюзивность в данном случае предполагает соблюдение норм и правил при выборе названий с предпочтением, отданным официальным, а не традиционным привычным вариантам: Башкортостан вместо Башкирия, Татарстан вместо Татария, страны Балтии – Прибалтика, страны Центральной Азии – Средняя Азия, Беларусь – Белоруссия, Молдова – Молдовия, Киргызстан – Киргизия, Алматы – Алма-ата.

Описание лингвокультурных особенностей инклюзивной лексики в английском и русском языках демонстрирует и доказывает рост толерантности в обществе, где данный блок лексики является востребованным и развитым. Пополнение корпуса примеров исследования свидетельствует о стремлении носителей языка принять во внимание

потребности и особенности разных категорий граждан и вариативных аспектов жизни общества. Возникновение и распространение словарей инклюзивного профиля в обоих языках говорит о востребованности и об активном использовании соответствующей терминологии в образовательных и информационных целях. Инклюзивная лексика, которая призвана создать более доступную среду для всех граждан, становится стандартом в образовательных учреждениях, медиа и информационных ресурсах в сфере делового и повседневного общения, что делает наше исследование актуальным и перспективным.

Список литературы

1. Такие дела. – URL: <https://takiedela.ru/slova/> (дата обращения: 28.04.2024).
2. Inclusive Language Guidelines. – URL: <https://www.cii.co.uk/media/10120292/inclusive-language-guidelines.pdf> (дата обращения: 28.04.2023).

E. SHALLYEVA

Literature and Manuscripts named after
Magtymguly, Academy of Sciences of Turkmenistan

TUYUG POETRY TRADITIONS IN THE TURKMEN LITERATURE

Annotation

This scientific article presents scientific research on the poetic form of tuyug, which appeared in Turkmen literature in the Middle Ages. Tuyug is a form of a four-line poetic form that originated in Turkic-language literature. In this form, like in rubaiyat, the lines rhyme as a-a-b-a, but, unlike rubaiyat, each stanza must include at least three homonyms – words that share the same spelling. The meanings of homonyms given in the poem should be different. Therefore, this lyrical genre is named after the ancient form of the verb “tuyug”, that means “feel”. The form of verse tuyug is unique for the literature of the Turkic-speaking peoples and is mentioned in the article as an example of the creativity of the poets of Turkmen literature.

Keywords: poetic form, tuyug, homonym, rubai, Middle Ages, creativity.

The works that have left a mark in the history of the Turkmen people are the invaluable literary heritage of our nation. When we look at the creativity of our poets in our past literature, study their works in detail, we notice that unique styles were used, literary plays, and artistic turns were developed. One of such styles and turns is the *tuyug* form of versification, which is characteristic of the Turkic language literature, especially Turkmen literature.

“Tuyug” by its meter is expressed in the form 4+4+3, and it is a type of the quatrain poem with homonymous rhymes. Tuyug reveals the richness of the folk language, cultivates the culture of thinking in the readers, and adds the poem a special beauty and perfect artistic form [Rejebow, 1996, p. 224]. Tuyug, which is a style of ancient versification in Turkmen poetry, originated in the Middle Ages, and had become a tradition in the history of our literature.

The history of using tuyug in lyric poetry is much older. This versification form is not found in Arabic literature or Persian poetry, as it is unique to the Turkic peoples’ literature, including Turkmen poetry. As for its rhyming style and the technique of expressing the complete thought in one stanza (a-a-b-a), tuyug is similar to rubai. But unlike tuyug, rubai originated in Persian folklore. However, each of these must have its own meter. Tuyug requires using at least three

homonyms (consonant words). But since such words are limited in the language, composing a tuyug requires great skill and eloquence from the poet. The meanings of the homonyms used in the poem's stanza must be diverse. That is why this lyrical genre is called "*tuyug*" based on the old form of the verb "*to feel*". This denoted understanding the meaning of the homonymous rhymes. The use of such rhymes with homonyms increases the harmony and symmetry of the poem, and strengthens its impressiveness and attractiveness. After all, tuyug emphasizes the richness of the folk language, adding special charm to poetry as a unique artistic mean. When studying the works created by poets in world literature, it is possible to find sonnets typical of English poetry or ghazal characteristic of Persian poetry and abai in Kazakh poetry. Tuyug, being a unique literary technique of Turkmen poetry, singles it out in the world literature in terms of both content and form.

In the medieval literature, our known poets such as Burhaneddin Sivas (1345-1398), Lutfi (1366-1462), Seid Nasimi (1370-1417), Alisher Navoiy (1441-1501), Zahiruddin Babur (1483-1530), Emiri (1787-1820) actively used tuyug style in their works.

Tuyug is a style of versification that had been used for many centuries, in which not so many poems were composed in our literature. This is because creating a poem using one word in different meanings is much more difficult than composing a poem using traditional rhymes. The tuyug form of versification was a product of the poetic thinking of the Turkic peoples. Well-known orientalist Y.E. Bertels, putting forward a concept about the creative activity of Turkmen poet Burhaneddin Sivas who lived in the Middle Ages, said as follows: "Burhaneddin widely used the rubai form along with ghazal. But the most important thing is that among these classic forms, he introduced into the literature the folk form of Central Asia, that is *tuyug* - the quatrain consisting of homonyms" [Allakow, 1992, p. 323]. Based on this, it looks like the Turkmen poet was the first to introduce the tuyug genre into poetry. Tuyug poems of Sivas are a wonderful poetic style that has come down to our days from the early Middle Ages.

According to literary orientalists, a tuyug that was a folk poetic form in medieval literature was also popular among the Anatolian and Iraqi Oghuz Turkmens. Seid Imadeddin Nasimi also continued the traditions of oriental literature and created many perfect tuyug poems.

Well-known Uzbek scholar E.R. Rustamov emphasizes that the couplets (*mesnevi*) written by Muhammed Hafiz, who lived in the Middle Ages, had a positive effect on composing tuyug poems by poets who lived in the subsequent period.

Poets such as Emiri, Babur, Navoiy who lived in the Middle Ages were influenced by tuyug poems composed by Burhaneddin Sivas. In addition, it can be seen that the tuyug style was actively used in that period in the works of other poets such as Atayi (XV), Gedayi (XV), Tamerlane (Iron), Abubekr Murze (XV), Sultan Iskender (date of death 1502). When we read Navoiy's comments, we can see that he acquired great mastery in this field.

Alisher Navoiy was influenced by previous poets like Sivasly, Nesimi, Emiri and Babur in composing perfect tuyugs. When reading Navoiy's tuyugs, you receive evidence that he achieved high perfection in this field:

Yşk okundan göwün ýaram **bitmedi**,
Dertlerimi aýtdym, soňy **bitmedi**,
Hijran sährasynda ahym odundan
Asla bir gül ýa-da bir ot **bitmedi** [Nowaýy, 1948, 82 s.].

My spiritual wound from the love arrow has not cured (**bitmedi**),
I unburdened my heart, but it's not over (**bitmedi**),
In the Hijran Steppe from my heat of love,
Not a single flower or a single grass has grown (**bitmedi**) [Nowaýy, 1948, p. 82].

In this line of Navoiy's poem, only one verb **"bitmek"** is used as a word play, which, providing a meaning "spiritual wound has not cured" in the first line, forms a set phrase. In the second line, the word's meaning is "it's not over (I still feel sorrow)" and in the fourth line, the word means "no flower or grass, no plant has grown". Moreover, original metaphors such as "love arrow", "spiritual wound", "Hijran Steppe (Valley of Separation)" can be found in the lines of the poem.

Alisher Navoiy's tuyugs show the love of a young man for his sweetheart through a wide range of various artistic expressions:

Almany berdi ýar maňa, **al!**-diýdi,
 "Alma bilen sen göwnümi **al'**"-diýdi.
 Men soramda almasynyň reňkini,
 "Soraşma, almanyň reňki **al'**"diýdi [Nowaýy, 1948, 82 s.].

She gave me an apple, take it (**al**), she said,
 "Take my soul (**al**) with this apple", she said.
 I asked what color the apple was,
 "Don't ask, the apple is scarlet (**al**)", she said [Nowaýy, 1948, p. 82].

In the first line of the poem, the word **"al"** is a verbal form that means "take the apple". In the second line, the word has turned into a stable phrase "take my soul", whereas in the fourth line, the word indicates color, and is used as the adjective "scarlet".

The above words *"bitmedi"* and *"al"* having the same spelling and pronunciation have been used repeatedly several times in the verses of the poem in different meanings. This requires more attention and thoughtfulness from the reader of tuyugs.

When the Turkic language poets who lived in the Middle Ages composed their literary collections, they began with the ghazal genre, followed by rubai, and then composed tuyug poems. Such information about tuyug shows that this versification style was of great importance in all historical periods of our literature.

If tuyug resembles rubai by consisting of four lines and being rhymed in the form a-a-b-a, the introduction of consonant words in three lines is the main feature that distinguishes it from rubai. But regardless of this difference, tuyug was created in the works of our poets under the name *"rubai-tuyug"*.

In the history of our literature, tuyug poems composed by our poets from the Middle Ages to the 20th century were created on the theme of love, while such poems of our 20th century poets covered various issues related to life. In that period, the composition of the tuyug poem underwent changes in terms of form, since among tuyug poems created by the 20th century poets, two-line stanzas (short tuyug) are also found.

In the literature of the years of independence, the theme and content took on a completely new character. As in different genres of literature themes related to the epoch appeared in poetry due to political, economic, and cultural reforms in the country, and the scope of Turkmen tuyug has expanded. In this period too, the tradition of writing tuyug poems continued like in our past literature. Atamyrat Atabaev, Ahmet Mammedov, Suleiman Ilamanov, Dovletgeldi Annamyradov, Mammetnazar Babanazarov, Amandurdy Annadurdyev, Nuryagdy Seyitliyev, Ashir Bairyev, Begench Baynepesov, Oguljermal Chariyeva, Tachmammet Nazarov, Amanmyrat Kakabaev, Aygul Pirlieva and others can be mentioned among poets who have composed tuyug poems during the independence. The main theme of the created tuyug poems are associated with the celebration of our Independent, permanently Neutral Homeland, our beautiful nature, as well as those related to life, the world, and love.

During the Revival of the New Epoch of the Powerful State, thanks to the tireless efforts of our Esteemed President Arkadag Serdar, ample opportunities are provided for an in-depth study, enrichment and improvement of our literary heritage and literature. In this period, tuyug poems are composed that glorify our Homeland, Independent, permanently Neutral Turkmenistan, the united, peaceful and happy life of the Turkmen people. Today, poets such as Dovletgeldi Annamyradov, Agajan Atayev, Rejep Ishangulyev, Merdan Charymuhammedov, Kakamyrat Rejebow and others show their skills in writing tuyug poems.

The importance of the scientific study of tuyug poems have become a literary tradition in Turkmen poetry, since they are considered to be the object (product) of literature, and are very important issue for Turkmen linguistics (lexis, stylistics). This is because the tuyug poem is a form of ancient versification in the national literature, which greatly contributes to revealing the importance of homonyms in artistic creation and poetry.

Bibliography

1. Allakow? J. Edebiyat ylmyna giriş. – Aşgabat: Magaryf, 1992.
2. Durdyýew? Ý. Goşgular. – Aşgabat: TDNG, 2011.
3. Nowaýy. Saýlanan eserler. – Aşgabat: Türkmen döwlet neşir, 1948.
4. Rejebow R. Edebiyat ylmyna degişli terminleriň sözlügi. – Aşgabat: Türkmenistan, 1966.
5. Seýdi. Ýedigen. – Aşgabat: Turan, 1991.
6. Söhbedow, T. Meniň orbitam. – Aşgabat: Türkmenistan, 1970.
7. Zahyreddin Muhammet Babyr. Diwan. – Aşgabat: Miras, 2005.

ЯН ЦЗИНЬ

Южно-Уральский государственный университет
(Челябинск, Россия)

ОБРАЗ ГЕРОЯ В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ НОСИТЕЛЕЙ РУССКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКОВ (НА МАТЕРИАЛЕ ОПРОСОВ)

THE IMAGE OF A HERO IN THE LINGUISTIC CONSCIOUSNESS OF RUSSIAN AND CHINESE SPEAKERS (BASED ON SURVEYS)

Аннотация

В статье предлагается анализ образа героя в русской и китайской лингвокультуре. Целью исследования было выявление уникального и универсального в языковом сознании носителей русской и китайской лингвокультуры. В качестве метода исследования использовался опрос, который позволил выяснить различия в восприятии образ героя в двух лингвокультурах. Результаты показывают, что в китайской и русской культурах герои служат своей родине и народу, помогают другим и являются образцами для подражания, но пропорции отдельных компонентов сильно различаются. В китайской культуре самое главное для героя – служить родине и народу, а в русской культуре важно помогать другим.

Abstract

The article offers an analysis of the hero's image in Russian and Chinese linguoculture. The purpose of the study was to identify the unique and universal in the linguistic consciousness of the native speakers of Russian and Chinese linguoculture. The survey method was used in the study, and to find out the differences in the hero's image in two cultures through comparative

analysis. The results show that in Chinese and Russian cultures, heroes serve their homeland and people, help others and are role models, but the proportions of individual components differ greatly. In Chinese culture, the most important thing for a hero is to serve the homeland and people, and in Russian culture, it is important to help others.

Ключевые слова: *Китай, Россия, культура, герой, образ героя, межкультурная коммуникация, языковое сознание.*

Keywords: *China, Russia, culture, hero, hero image, intercultural communication, linguistic consciousness.*

Введение

А. П. Садохин в своей работе пишет, что «общение представляет собой сложный и многогранный процесс, который может выступать одновременно как процесс взаимодействия индивидов, как отношение людей друг к другу, как процесс их взаимовлияния, сопереживания и взаимопонимания. В целом это один из важнейших факторов человеческой жизнедеятельности» [Садохин, 2004, с. 68].

Межкультурная коммуникация – это многостороннее явление, включающее в себя различные дисциплины. Сам термин может трактоваться как в широком, так и в узком смысле. В широком понимании межкультурную коммуникацию рассматривает культурология, под которой в данном случае мы понимаем диалог между различными общественными и культурными формациями. Данная дисциплина анализирует различные культуры и обосновывает характерные для них законы, выявляет уникальные и характерные черты и особенности для каждой из них. В узком же смысле межкультурная коммуникация обозначает взаимодействие людей и различных культур не между различными обществами, а внутри одного единственного пространства, например, внутри государства или деревни. Помимо этого, по мнению В. В. Кабакчи, межкультурная коммуникация также может рассматриваться как «обращение языка в область иноязычной культуры» [Кабакчи, 2001, с. 418].

В настоящее время благодаря процессу глобализации и быстрому развитию сетевой науки и технологий межкультурные коммуникации становятся все более частыми. По мнению Е.Ф. Тарасова, «проблемы межкультурного общения, как и проблемы речевого общения в целом, напрямую связаны с темой языкового сознания. Знаковое общение, в том числе и речевое общение, – это процесс оперирования образами сознания, на которые коммуниканты указывают при помощи тел знаков (означающих); общность языковых сознаний – необходимая предпосылка речевого общения; неполная общность является основной причиной коммуникативных конфликтов – конфликтов непонимания партнерами друг друга – и есть следствие их принадлежности к разным национальным культурам. Таким образом, межкультурное общение – это случай функционирования сознания в аномальных («патологических») условиях, когда отсутствует оптимальная общность сознаний коммуникантов» [Тарасов, 1998, с. 30].

Н. В. Уфимцева и Е.Ф. Тарасов считают, что «языковое сознание – это знания, ассоциированные с языковыми знаками для овнешнения в процессе общения первичных и вторичных образов сознания. Первичные образы, по А. Н. Леонтьеву, это знания, формируемые личностью в процессе восприятия объектов реального мира, а вторичные образы – это первичные образы, используемые в качестве перцептивных эталонов при последующих актах восприятия. Эти первичные и вторичные образы являются средствами формирования содержания мысли до ее оречевления при помощи языковых знаков, у которых с телами этих знаков ассоциированы общественно отработанные знания, называемые в лингвистике лексическими значениями» [Уфимцева; Тарасов, 2009, с. 20].

Таким образом, психолингвистические эксперименты могут помочь нам понять языковые и культурные различия разных этнических групп и определить, существует ли общность языковых сознаний, и как она помогает устранить препятствия во время межкультурного общения, снизить недопонимания.

В данной статье мы рассмотрим универсальные и уникальные особенности, проявляющиеся в языковом сознании носителей русской и китайской лингвокультур на примере образа героя. Причина, по которой мы выбираем именно эту тему, заключается в том, что герои широко существуют в любой культуре и несут огромную культурную ценность.

Для исследования мы использовали метод свободных дефиниций, согласно которому респонденты должны были продолжить предложение «Герой – это...». В качестве респондентов выступили носители русской и китайской лингвокультур в возрасте 18–30 лет (студенты Южно-Уральского государственного университета).

Отсортировав ответы китайских респондентов, мы получили следующие группы:

1. «服务祖国和人民的人 (человек, который служит родине и народу)» (всего 20 ответов=66.67%): 为人民服务 (*служить народу*); 扮演服务祖国的重要的角色 (*играет важную роль в служении родине и народу*); 为人民谋福利, 谋幸福 (*стремиться к благосостоянию и счастью для народа*); 默默无闻, 艰苦奋斗, 爱国, 努力奋斗, 为国家做贡献的人 (*человек, который неизвестный, много работает, любит свою родину, напряженно борется и вносит свой вклад в страну*); 当国家需要时勇于出头的人 (*он играет роль человека, имеющего смелость выступить вперед, когда страна в них нуждается*); 对国家, 社会, 人民有价值的人 (*человек, ценный для страны, общества и народа*); 净化社会, 默默无闻, 人民卫士 (*очищает общество, остается неизвестным и является защитником народа*); 也许是平常的民众, 也许有权利, 也许有钱, 无论怎样是为了人们做贡献 (*они могут быть обычные люди, у них могут быть права, могут быть деньги, главное – внести вклад для народа*); 保卫国家的人 (*человек, который защищает страну*); 使命是在自己所处的领域发光发热, 给社会其他人带来温暖, 正能量 (*его миссия – упорно трудиться, добиваться результатов в своей области и нести тепло и положительную энергию другим людям в обществе*); 为祖国和人民服务的人 (*человек, служащий родине и народу*); 为保护人民的权益而斗争 (*бороться за защиту интересов народа*); 为国为民 (*ради страны и народа*); 希望为自己的国家做一些贡献 (*надеется внести некоторый вклад в свою страну*); 为国家, 为人民贡献自己的力量 (*внести свой вклад в пользу страны и народа*).

2. «帮助别人的人 (человек, который помогает другим)» (всего 1 ответ=3.33%): 帮助他人 (*помогает другим*).

3. «开拓者 (первопроходцы)» (всего 2 ответа=6.67%): 能完成常人完成不了的任务 (*можно выполнять задачи, недоступные обычным людям*); 引领历史进程的开拓者 (*первопроходец, возглавляющие исторический процесс*).

4. «拯救者 (спасатель)» (всего 2 ответа=6.67%): 拯救者 (*спасатель*); 拯救人类 (*спасать человечество*).

5. «组织者 (организатор)» (всего 1 ответ=3.33%): 是一定历史任务的组织者 (*является организатором некоторых исторических задач*).

6. «榜样 (образец для подражания)» (всего 4 ответа=13.33%): 起榜样的作用, 造福人类 (*является образцом для подражания и принести пользу человечеству*); 扮演大多数人崇拜的角色, 有时候能鼓舞人心, 有时能扭转时机, 有时能打破困境 (*играет роль, которую обождают большинство людей, иногда он может вдохновлять людей, иногда он может использовать возможности, иногда он может сломать трудные ситуации*); 榜样 (*образец для подражания*); 树立人们学习的榜样, 起引领作用 (*показать пример людям и играет ведущую роль*).

При анализе приведенных выше данных, мы установили, что в языковом сознании китайских опрошенных важнейшей ролью героя в обществе является служение своей родине и народу. Следует отметить, что в группе «служение Родине и народу», самое главное это – «为人民服务 (служить народу)», всего встречается шесть раз.

«为人民服务 (служить народу)» – речь председателя 毛泽东 (Мао Цзэдуна) на панихиде по товарищу 张思德 (Чжан Сиде) 8 сентября 1944 года. Товарищ Чжан Сайдэ погиб в результате обрушения угольной печи во время сжигания древесного угля в провинции Шэньси. В то время Антияпонская война находилась на очень сложном этапе и нужно было преодолеть множество трудностей. В ответ на эту ситуацию председатель Мао Цзэдун разъяснил принципы служения народу и призвал всех учиться у товарища Чжан Сиде духу полного служения народу и объединиться для победы над японскими захватчиками. И «искреннее служить народу» так же основная цель, которой всегда придерживалась Коммунистическая партия Китая. Поэтому в китайской культуре «为人民服务 (служить народу)» – это также является героическим символом.

Также мы заметили, что для китайских респондентов в возрасте 18-30 лет важно, что герои служат примером для подражания (всего 4 ответа=13,33%). Далее идут «开拓者 (первопроходцы)» (всего 2 ответа=6,67%), «拯救者 (спасатель)» (всего 2 ответа=6,67%), «组织者 (организатор)» (всего 1 ответ=3,33%), «帮助别人的人 (человек, который помогает другим)» (всего 1 ответ=3,33%), но эти доли не высоки и находятся на периферии.

Отсортировав ответы российских респондентов, мы получили следующие группы:

1. «Человек, который помогает другим» (всего 20 ответов=66,67%): *помогать 5; помочь людям 4; помогать нуждающимся 3; помочь окружающему миру; помогать людям, заниматься благотворительностью; помогать людям; помощь другим людям; помочь; помощник; помочь слабым; помощь людям, которые в этом нуждаются.*

2. «Человек, который служит родине и народу» (всего 5 ответов=16,67%): *защищать родину 3; меняет жизнь народа; активность, нацеленная на сотворение блага для народа.*

3. «Человек, который служит своей семье» (всего 1 ответ=3,33%): *воспитать своих детей хорошими людьми, дать им все самое лучшее.*

4. «Человек, который делает добрые дела» (всего 2 ответа=6,67%): *вершить справедливость, нести добро; быть верным и нести мир и добро.*

5. «Образцом для подражания» (всего 2 ответа=6,67%): *подавать пример своим современникам; показать людям, что неважно, кто ты, неважно, какой у тебя статус в социальном положении, все люди равны и должны помогать друг другу.*

При проведении анализа мы заметили, что для российских респондентов важнейшая роль героя в обществе – помощник. Например: *помогает другим, помогает нуждающимся, помогает слабым или просто оказывает помощь.* «Человек, который служит родине и народу» встречается 5 ответов=16,67%. Периферийные значения: «Человек, который служит своей семье» (всего 1 ответ=3,33%), «Человек, который делает добрые дела» (всего 2 ответа=6,67%), «Образцом для подражания» (всего 2 ответа=6,67%).

На рисунке мы видим процентное соотношение категорий, а также сходства и различия идей у представителей разных культур.



Рис. 1. Важные героические роли в китайском и русском обществе

В китайской культуре образ героев тесно связан со страной и народом, в основном отражается в служении своей родине и народу. В русской культуре для героев очень важно помогать другим. Хотя в языковом сознании русских респондентов герои также служат своей родине и народу, но их общая доля меньше по сравнению с Китаем, и цель героя несколько иная. Для русских респондентов главная обязанность героя – необходимость защитить родину и изменить жизнь людей. Для китайских респондентов – это желание внести вклад в развитие государства, а также борьба за интересы народа. В обеих лингвокультурах герои являются образцами для подражания в обучении.

Список литературы

1. Садохин, А. П. Теория и практика межкультурной коммуникации: Учебное пособие для вузов. – М.: Юнити Дана, 2004. – 271 с. – с. 68.
2. Кабакчи, В. В. Практика англоязычной межкультурной коммуникации. – СПб.: Изд-во «Союз», 2001. – 480 с. – с. 418.
3. Тарасов, Е. Ф. К построению теории межкультурного общения / Е. Ф. Тарасов // Языковое сознание. Формирование и функционирование. – М., 1998. – С. 21-36.
4. Уфимцева, Н. В. Проблемы изучения языкового сознания / Н. В. Уфимцева, Е. Ф. Тарасов // Вопросы психолингвистики. – 2009. – № 10. – С. 18–25.

ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

А. А. АПАРКИНА, А. А. ВЕТОШКИН

Мордовский государственный педагогический университет
им. М. Е. Евсевьева
(Саранск, Россия)

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЗАГОЛОВКОВ В БРИТАНСКОЙ ПРЕССЕ

LEXICAL FEATURES OF HEADLINES IN THE BRITISH PRESS

Аннотация

Газетные заголовки играют решающую роль в привлечении внимания читателей и передаче основной идеи новостных статей. Целью данного исследования является изучение заголовка как части публицистического текста, освещение его функций и рассмотрение лексических особенностей заголовков в британской прессе. Были изучены, а также проанализированы на предмет лексических особенностей заголовки ведущих британских газет, таких как *The Guardian*, *The Times*, *The Sun* и *The Observer*. Результаты исследования выявили интересные тенденции в лингвистических стратегиях, которые используются авторами статей для привлечения внимания читателей и эффективной передачи информации через заголовок. Данное исследование способствует более глубокому пониманию того, как лексические языковые средства в заголовках британских изданий способствуют формированию общественного мнения, а также как они влияют на восприятие и интерпретацию новостных сюжетов статей.

Abstract

Newspaper headlines play a crucial role in attracting readers' attention and conveying the main idea of news articles. The purpose of this research is to study the headline as a part of a journalistic text, to highlight its functions and to consider the lexical features of headlines in the British press. The headlines of leading British newspapers such as *The Guardian*, *The Times*, and *The Sun* were studied and analyzed for lexical features. The results of the study revealed interesting trends in linguistic strategies that are used by the authors of articles to attract the attention of readers and effectively convey information through the headline. This research contributes to a deeper understanding of how lexical language tools in the headlines of British press contribute to the formation of public opinion, as well as how they affect the perception and interpretation of articles.

Ключевые слова: заголовок, лексические особенности, лексические средства выразительности, лексикология, Британская пресса, функции заголовков.

Keywords: headlines, lexical features, expressive means, British press, functions of headlines, Lexicology.

Увеличение потока информации в современном мире способствует повышению роли публицистического заголовка. Он служит своего рода окном в содержание новостных статей, позволяя читателям сформировать представление о ключевых идеях и темах текста и, тем самым, побуждая к прочтению.

Лингвистические особенности заголовков, включая выбор слов, структуру предложений и стилистические приемы, играют решающую роль в привлечении внимания читателей и формировании их понимания новостей.

Прежде всего необходимо понять, что представляет собой заголовок. Обратимся к его определению. Согласно И. Р. Гальперину, заголовок – это неотъемлемая часть любого текста [Гальперин, 2014, с. 275]. В толковом словаре С. И. Ожегова заголовок определяется как «название небольшого произведения, статьи» [Ожегов, 2024, с. 312], однако учебный словарь терминов рекламы рассматривает заголовок с точки зрения журналистики и приводит следующее определение: «короткая фраза, функциональный смысл которой заключается в отделении материалов друг от друга на полосе издания; главный тезис любого произведения, который выполняет номинативную, коммуникативную, рекламную функции» [Радченко, 2007].

В приведенном выше определении отражены основные функции, которые выполняет заголовок. Рассмотрим каждую из них подробнее:

1. Номинативная (именующая). Заголовок называет текст, тем самым выделяя его среди других подобных.

2. Коммуникативная, или содержательная. Заголовок выделяет ключевую информацию и делает ее более доступной для аудитории, позволяет понять тему и основную идею текста.

3. Рекламная (аттрактивная). Основная функция заголовков в прессе – привлечение внимания аудитории. Заголовок должен быть ясным, привлекательным и информативным, чтобы выделить текст из множества других. Кроме того, он помогает читателям оценить релевантность текста и принять решение на основе предоставленной в заголовке информации. [Корнилова, 2007, с. 118]

Помимо перечисленных выше функций можно выделить эмоционально-оценочную, интегративную и композиционную функции заголовка.

Эмоционально-оценочная функция предполагает создание связи с читателем, активизацию тех или иных эмоций реципиента с помощью стилистических и языковых приемов.

Интегративная функция подразумевает создание образа целостного текста. Элементы заголовочного комплекса, в состав которого входят заголовок, подзаголовок и иные рубрики, должны быть согласованы между собой.

Композиционная функция тесно связана с интегративной и направлена на создание композиционно целостного текста из нескольких, объединенных общей темой [Богданова, 2007, с. 117].

Таким образом, заголовок является важным функциональным элементом текста, который во многом определяет дальнейшее восприятие реципиентом сообщения.

Перечисленные выше функции определяют лексические особенности, характерные для заголовков:

1. Эмоционально-окрашенная лексика. Данная особенность помогает привлечь внимание читателей и вызвать у них интерес к статье, а также создать положительное или отрицательное впечатление о том или ином факте. В качестве примера рассмотрим заголовок статьи *The Observer*: «Thoughtless criminals break into Little Red Schoolhouse» (*The Observer*, 2.04.2024). В данном случае, имя прилагательное «thoughtless» выражает оценочное суждение автора и создает у читателя образ легкомысленных преступников.

2. Краткие формы слов и аббревиатуры. Данный прием позволяет сделать заголовок более лаконичным и информативным, а также способствует привлечению внимания аудитории. Примерами могут служить следующие заголовки «*The Times*»: «White House asks NASA to create time zone for the Moon» (*The Times*, 02.04.2024), «UK economy to strengthen after two years of stagnation» (*The Times*, 09.05.2024).

3. Специфическая лексика. К данной категории слов относятся политические и экономические термины, а также профессионализмы. Рассмотрим данную особенность на примере: «Chad's military leader Itno declared president as results contested by rival» (The Guardian, 10.05.2024). В заголовке использованы лексические единицы «military leader», «president», представляющие собой политические термины.

4. Сленг и неформальные выражения. Заголовки в англоязычной прессе зачастую содержат неформальную лексику, что позволяет упростить текст и улучшить восприятие информации читателями. Обратимся к следующему примеру: «Rookie cop, 24, accused of illicit relationship with jailed drugs kingpin tries to get case thrown out of court» (The Sun, 03.04.2024). Автор использовал неформальную лексику, а именно словосочетание «rookie cop», которое акцентирует внимание читателя на неопытности полицейского, выражает негативное коннотативное значение.

5. Фамильярные прозвища и сокращение имен и фамилий известных политических и общественных деятелей. Использование данного приема позволяет сделать текст менее формальным и «приблизиться» к читателю. В качестве примера рассмотрим заголовок «The Times»: «Lilibet writes... a young princess's notes preparing her for coronation». В данном случае имя королевы Елизаветы II было заменено уменьшительно-ласкательным прозвищем «Lilibet» (The Sunday Times, 14.01.2018).

6. Фразеологизмы и идиомы. Подобные языковые средства способствуют повышению интереса читателя, а также позволяют сделать текст более звучным. Примером может служить заголовок «The Guardian»: «Le Crookie: after the cronut and the cruffin, latest croissant hybrid takes Paris by storm» (The Guardian, 30.03.2024). В данном случае идиома «take by storm» способствует повышению эмоциональности заголовка, а также создает «живую» картину события.

7. Метафоры. Данное изобразительное средство используется в заголовках англоязычной прессы с целью создания более яркого и запоминающегося образа того или иного явления, события, которому посвящена статья. Приведем пример использования метафоры в заголовках: «Theresa May accused of being 'Donald Trump's mole' in Europe after UK tries to water down EU climate change policy» (The Independent, 29.05.2017). В данном случае метафорическое выражение “Donald Trump's mole” реализует негативное семантическое значение, таким образом, создавая отрицательный образ политика.

8. Синекдоха. Представляет собой перенос значения целого объекта или явления на его часть и наоборот. Может быть использована для создания ярких образов и упрощения восприятия: «White House asks Nasa to create time zone for the moon» (The Times, 02.04.2024). В приведенном выше заголовке под словосочетанием «White House» подразумеваются сотрудники правительства США.

9. Гиперболы. Использование данного стилистического приёма в газетных заголовках может преследовать такие цели, как увеличение важности: «Brexit Chaos: Britain Plunged Into Utter Turmoil as Prime Minister Fights for Survival» (The Guardian, 30.04.2024) или усиление характеристик: «UK weather: Killer heatwave death tolls to rise as temperatures become more frequent and extreme» (Mirror, 28.11.2015).

10. Неологизмы. Пресса активно использует словообразование для создания неологизмов, что делает заголовки более оригинальными и запоминающимися. Эта особенность также отражает динамичность языка и его способность адаптироваться к изменениям в обществе. Примером может послужить слово «Brexit», которое образовано от слов «Britain» и «exit» и обозначает выход Великобритании из Европейского союза: «Food importers in UK say new Brexit checks could add 60% to costs» (The Guardian, 30.04.2024).

11. Аллюзии. Данный лексический прием позволяет создать глубокий контекст, ссылаясь на известные факты, события и произведения, тем самым усиливает эмоциональ-

ный и интеллектуальный отклик. Примером аллюзии может служить отсылка на роман Т. Х. Уайта «Once and Future King» в заголовке статьи «The New York Times»: «Once and Future NATO» (New York Times, 01.04.2008).

12. Антитеза. Использование противопоставления усиливает динамичность и выразительность заголовка, что позволяет привлечь внимание читателя и осветить проблему с разных сторон. Кроме того, антитеза помогает создать контрастный, неоднозначный образ того или иного объекта или явления: «The Land of Hope and Fear review: vivid portrait of Israel in ferment» (The Guardian, 28.05.2023). С помощью антитезы «Hope and Fear» автор данного заголовка показывает неоднозначность событий, происходящих в Израиле на момент написания статьи. Рассмотрим еще один пример заголовка, содержащего антитезу: «Up in the Air: a down-to-earth take on modern life» (The Guardian, 06.01.2010). В данном случае словосочетания «Up in the Air» и «a down-to-earth take» противопоставляются друг другу, создавая эффект динамичности и выразительности.

Подводя итог, можно сказать, что лексические особенности, выявленные в процессе исследования, подчеркивают важность выбора стилистических приемов при написании заголовков. Анализируя лексические особенности заголовков, мы можем получить более глубокое представление о том, как языковые средства влияют на восприятие новостей и их интерпретацию, формирование общественного мнения.

Список литературы

1. Богданова, О. Ю. Заголовок как элемент текста / О. Ю. Богданова. // Вестник КГУ. – 2007. – № 1. – С. 116-119.
2. Корнилова, К. Е. Функции заголовков современных журналистских текстов / К. Е. Корнилова. // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. – 2007. – № 1. – С. 118-119.
3. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка: около 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов. – Москва : АСТ, 2024. – 1360 с.
4. Радченко, И. А. Учебный словарь терминов рекламы и паблик рилейшенз / И. А. Радченко, Е. Е. Топильская. – URL: https://www.studmed.ru/view/uchebnyy-slovar-terminov-reklamy-i-pablik-rileyshnz_44e9e06e3b5.html/
5. Galperin, I. R. English Stylistics / I. R. Galperin. – Moscow : Krasand, 2014. – 336 p.

Е.А. БЕСПАЛОВА, В.С. ЧАПУРИНА

Тольяттинская академия управления,
(Тольятти, Россия)

МЕДИА ИНТРУМЕНТЫ СОЗДАНИЯ УСПЕШНОГО ЛИЧНОГО БРЕНДА

THE MEDIA TOOLS FOR CREATING A SUCCESSFUL PERSONAL BRAND

Аннотация

Статья рассматривает современные методы и тенденции использования интернет-рекламы для создания и устойчивого развития личного бренда в онлайн-пространстве. В условиях острой конкуренции и насыщенности рынка, ключевым заданием для любого проекта в сфере онлайн-маркетинга является укрепление имиджа бренда и его удержание. Анализируется эффективность различных стратегий интернет-рекламы и их

влияние на формирование имиджа личного бренда и привлечение целевой аудитории, а также наиболее эффективные способы онлайн-брендинга и аспекты, влияющие на успешное формирование личного бренда.

Annotation

The article examines actual methods and trends of using online advertising to create and sustainably develop a personal brand in the online area. In terms of intense competition and market saturation, the key task for any online marketing project is to strengthen the brand image and retain it. The effectiveness of various online advertising strategies and their impact on the formation of a personal brand image and attracting a target audience, as well as the most effective ways of online branding and aspects influencing the successful formation of a personal brand are analyzed.

Ключевые слова: *личный бренд, персонифицированность, имидж, интернет-реклама, медиа-пространство.*

Keywords: *personal brand, personification, image, Internet-advertisement, media area.*

Реклама в интернете или по-другому интернет-реклама охватывает большее количество людей благодаря простоте распространения информации, охватывает больше интересов и больше потребностей целевой аудитории. Она постоянно развивается, быстро распространяется и не имеет никаких ограничений. Если маркетинг отвечает за анализ и понимание рынка, разработку и управление продуктами, построение и развитие бренда, а также за комплекс мероприятий по продвижению и продаже продуктов, включая коммуникации, выбор каналов сбыта, ценообразование и стимулирование спроса, при этом деятельность в сфере маркетингового продвижения того или иного продукта или сервиса осуществляется в рамках коммуникативного поля большого числа социальных групп разного уровня, которые обусловлены социальными институтами общества на определенном историческом этапе, то реклама – представляет собой направление маркетинговых коммуникациях, где осуществляется распространение информации для повышения лояльности потребителя и привлечения его внимания к объекту рекламирования.

В интернет-рекламе помимо таких преимуществ как интерактивность, точное медиаизмерение и таргетирование аудитории, конструктивный подход к использованию персонифицированности в коммуникациях с аудиторией существует ряд недостатков, а именно перенасыщение рекламой и возможное стремительное развитие медиа-пространства. В первом случае целевая аудитория устает от навязчивости, прямая реклама вызывает негативные эмоции и потребитель использует, как правило, всевозможные методы блокировки рекламы, что снижает эффективность маркетинговых кампаний. Во втором случае проблема быстрого развития медиа-пространства заключается в высокой конкуренции маркетологов и неспособности многих из них адаптироваться под ситуации на рынке. Чтобы отследить изменения, необходимо воспользоваться такими аспектами диалогового маркетинга как интерактивность и персонализированность. Персонализированный таргетинг, хорошо развитый в западных странах, основан на поведенческих факторах и призван к точной адаптации рекламы по интересам пользователей. Единственной проблемой в данной ситуации может стать защита конфиденциальности, что влияет на уровень проникновения в онлайн активность пользователя.

Понятие личного бренда играет значительную роль в большей степени для индивидуальных предпринимателей, специалистов различных сфер деятельности. При этом само понятие «личный бренд» находится на этапе формирования и только начинает свое развитие. Личный бренд – это в первую очередь сформированный имидж компании или личности, охват и репутация. Человек или компания формируют свой бренд либо спон-

танными обыденными действиями, не оказывая влияние на его формирование, либо намеренно, действуя по определенной стратегии и используя эффективные методики для поддержания коммерческого образа.

Спонтанные обыденные действия формирования личного бренда направлены на результат, но при этом нет конкретной цели сформировать именно личный имидж.

Намеренные действия формирования личного бренда обусловлены определенной стратегией, которая включает в себя разработку плана по формированию построения именно выгодного личного бренда, что предусматривает продуманную траекторию с целью быстрого и эффективного развития, в том числе через завоевание доверия целевой аудитории. Такой подход направлен на успешную вовлеченность в коммерческую деятельность и на дальнейшую прибыльность личного бренда. Личный бренд – это когда Вас рекомендуют те, кто не был вашим клиентом. Это образ, который формируется у людей, когда они слышат Ваше имя [Парфеньева, 2018].

Преимущества онлайн продвижения личного бренда существует достаточно, среди них выделяются практически те же, что и в традиционной рекламе:

- обширная аудитория и возможность точечного таргетинга;
- возможность независимого брендинга, контроля и управления процессами продвижения;
- быстрое распространение информации;
- интерактивное взаимодействие напрямую с целевой аудиторией;
- низкая затратность бюджета на продвижение и возможность использовать бесплатные методы.

Эти же преимущества имеют место быть и в онлайн продвижении любого другого предприятия или организации, не только личного/персонального бренда. И в условиях высокой конкуренции и насыщенности рынка, ключевым аспектом для любого бренда остается Интернет-продвижение, как один из самых эффективных инструментов как для крупных предприятий и организаций, так и личного бренда, обеспечивая возможность индивидуального взаимодействия с потребителями, быструю и доступную коммуникацию, а также проведения маркетинговых исследований.

Разработчики и практики построения стратегий успешного развития личного бренда в интернете, так или иначе, исходят из общего понимания термина «рекламная кампания», который непосредственно отталкивается от понятия «реклама».

Рекламные кампании, основанные на принципах воздействия на потребителей, включая восприятие, запоминание, оценку и принятие решения о покупке, включают в себя, как правило, разработку стратегии, проведение самой кампании, анализ ее эффективности и дальнейшую корректировку. Но для развития личного бренда помимо создания уникального бренд-идентификатора, необходимо направить усилия на определение целей бренда, выявить целевую аудиторию, проявлять активность в социальных сетях (при этом публиковать качественный контент) и сотрудничать с экспертами. Перед запуском кампании важно определить идею, целевую аудиторию, бюджет, а также время и место проведения рекламы. Успешность рекламной кампании в первую очередь зависит от степени изученности рынка и покупательской способности потребителей, главная задача рекламной кампании – принести успех бренду и рекламируемому товару [Тарасова, 2019, с.77]. Используются не столько различные каналы коммуникации с целью достичь широкой аудитории, сколько подход к вопросу как целостному процессу формирования и продвижения товарного знака, с целью установления прочного имиджа в глазах потребителей. Этот имидж позволяет передать основные ценности личного бренда целевой аудитории и создает платформу для маркетинговых взаимодействий. С целью активного продвижения личного бренда в онлайн пространстве и укреплению связей с целевой ау-

диторией существуют хорошо зарекомендованные методы онлайн продвижения бренда, среди которых следующие: поисковая оптимизация и SEO- продвижение; контекстная реклама; медийная реклама; email-маркетинг; маркетинг в социальных сетях (SMM); PR-статьи/публикации, контент-маркетинг, сайт /лендинг-пейдж, блог. Контент-маркетинг располагает в свою очередь такими форматами как: вебинары, онлайн-выступления, презентации, конференции, тренинги, обучающие курсы, подкасты, видеоконтент, email-маркетинг.

Онлайн-сети служат каналом маркетинговых коммуникаций между поставщиками товаров и услуг и их потребителями. Сегодня пользователи, раскручивая личный бренд, могут выбирать из множества онлайн-площадок, включая контекстную рекламу в Яндекс Директ, Google Adwords, а также социальные сети. Однако создание веб-ресурса и наполнение его актуальной информацией само по себе не гарантирует автоматическое увеличение продаж или повышение узнаваемости личного бренда. Поэтому пользователь должен не только создать веб-сайт, но и провести грамотную интернет-рекламу для продвижения проекта, а также эффективно использовать ресурсы и время на привлечение посетителей на сайт.

Интернет-реклама является наиболее эффективным, быстрым и простым способом привлечения клиентов. С целью найти свою целевую аудиторию необходимо запустить интернет-рекламу. Укрепление личного бренда, повышение его узнаваемости, формирование имиджа, создание спроса, информирование аудитории о продукте - лишь часть задач, которые можно решить через маркетинг в Интернете. Эффективность этих инструментов зависит от контекста и целей их использования. Необходимо выбирать инструменты, способствующие созданию позитивного имиджа и хорошей репутации среди целевой аудитории продвигаемого бренда в онлайн-среде.

Важным аспектом на пути развития личного бренда также является укрепление восприятия личной экспертизы в выбранной области. Достигается это, как правило, через упомянутые выше методы: полезный, интересный контент, его своевременная оптимизация, стабильная регулярность публикаций (статьи, видео материалы).

В наше время социальные сети являются неотъемлемой частью развития и продвижения личного бренда. Качественно выстроенная стратегия развития личного бренда способствует быстрому росту и достижению поставленных компанией маркетинговых целей, а также повышают уровень дохода и формируют лояльное отношение целевой аудитории. Развитие личного бренда через социальные сети (SMM) является наиболее передовым и перспективным направлением интернет-маркетинга в настоящее время. Это направление обеспечивает доступ к широкой аудитории при минимальных затратах.

Социальные сети представляют собой инновационный инструмент для маркетинговых коммуникаций, который, хотя и мало изучен, является эффективным, а также для расширения присутствия личного бренда, способствуя повышению его устойчивости и конкурентоспособности. Личный бренд формируется на основе впечатлений и опыта пользователей, что подчеркивает сложность и взаимосвязь этого понятия. Для различных видов рекламы, PR и маркетинга в целом, многие характеристики социальных сетей являются уникальными преимуществами при выборе их в качестве платформы для контакта с аудиторией и воздействия на нее.

Технологии e-branding обладают большей динамичностью в распространении информации с возможностью анализа и управления процессами, наличием быстрой обратной связи от потенциальных клиентов и общей оценки эффективности рекламной кампании.

Вовлечение потребителя в создание и тестирование продукта является одним из неценовых факторов убеждения, который способен также удерживать долгосрочные партнерские отношения и сформировать потребительскую лояльность, следовательно, при

увеличении жизненного цикла потребителя и построения эффективной коммуникации с клиентом формируется готовность пользователя рекомендовать тот или иной продукт или услугу.

С целью долгосрочного развития корпоративной репутации в крупных компаниях в PR сфере актуальным становятся именно процессы персонализации и индивидуализации коммуникаций. Работа с личным брендом не является исключением. Контекстная реклама, баннеры, брендированные онлайн страницы, будучи уже традиционными формами интернет-рекламы, стали игнорироваться в силу того, что не способны отвечать индивидуальным потребностям пользователей, которые стали разборчивы и непредсказуемы в своем выборе. Целевые группы узкой направленности, как правило, склонны реагировать на индивидуальный подход в коммуникации, исходя из их интересов и потребностей.

Появление новых способов передачи информации о бренде с каждым годом пополняют арсенал интернет инструментов для продвижения личного бренда и его укрепления на рынке товаров и услуг. Несомненно, использование интернет-пространства расширяет возможности личных брендов и способствует достижению высоких результатов даже при ограниченном бюджете на рекламные кампании, а, следовательно, применение правильно выбранной стратегии интернет-рекламы оказывает положительное воздействие на личный бренд в целом. В условиях острой конкуренции и насыщенности рынка, ключевым заданием для любого проекта в данной сфере является укрепление имиджа бренда, его удержание. Сегодняшние инструментарий по продвижению личного бренда открывают предпринимателям значительные перспективы развития, позволяя достичь выдающихся результатов даже при ограниченном бюджете для продвижения продукта или сервисов, что в свою очередь благоприятно отразится на устойчивости бренда. Без качественной рекламы ни один бренд не сможет достичь успеха, в том числе и личный бренд, поэтому разработка стратегии продвижения личного бренда играет важную роль в становлении бизнеса, т.к. в настоящее время конкуренция идет не столько за продукты или услуги, сколько за позиции брендов в сознании потребителей.

Список литературы

1. Парфеньтева, Л. Личный бренд: что это такое и с чем его едят? – URL: <https://biz.mann-ivanov-ferber.ru/2018/01/18/lichnyj-brend-cto-eto-takoe-i-s-chem-ego-edyat/> / (дата обращения: 29.06.2024).
2. Тарасова, Н. Е. Роль рекламы в продвижении бренда / Н. Е. Тарасова, Д. Д. Баженов // Символ науки: международный научный журнал. – 2019. – № 5. – С. 75-78. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38222960> (дата обращения: 24.05.2024).

К. А. ДОБРИКОВА, Е. Ю. ШАБАНОВА
Челябинский государственный университет
(Челябинск, Россия)

**ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ И ФУНКТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ
СПОСОБЫ СОЗДАНИЯ КОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА
В МЕМ-КОММУНИКАЦИИ**

**THE LINGUO-STYLISTIC AND FUNCTIONAL-PRAGMATIC METHODS
OF CREATING HUMOROUS EFFECT IN MEM-COMMUNICATION**

Аннотация

Данная статья содержит информацию о лингвостилистической и функционально-прагматической составляющих мем-коммуникации как о механизмах создания комического и юмористического эффектов. Мем-коммуникация является одним из ведущих видов коммуникации в интернет-дискурсе. Лингвостилистическая составляющая рассматривается с позиции наиболее частотных стилистических средств, используемых в мем-коммуникации. Лингвопрагматическая составляющая предстаёт как набор функций мемов, их типологическая классификация, прагматическое воздействие на целевую аудиторию. В статье приводятся ведущие способы создания юмористического и комического эффектов с помощью стилистического компонента. Рассматривается: использование каламбура, использование аббревиатур, использование контаминации, использование жаргонных выражений, сленга, использование фразеологизмов и цитат. Оценивается важность каждого параметра, особенности актуализации в интернет-дискурсе. Далее приводится функционально-прагматическая и типологическая классификация современных интернет-мемов. Статья завершается выводами о важности мем-коммуникации для современного интернет-пользователя.

Abstract

The following article contains information about the linguo-stylistic and functional-pragmatic components of mem-communication as the mechanisms of creating comic and humorous effects. Mem-communication is represented as the leading popular type of communication in internet-discourse. The linguo-stylistic component is viewed from the point of most frequent stylistic devices, used in mem-communication. The linguo-pragmatic component is viewed as the set of mems, their functions, typology, their pragmatic influence on the audience. The article observes the leading methods of creating humorous and comic effects through stylistic components. We also research: the use of pun, abbreviations, contaminations, slang, phraseologisms and quotations. The article also contains the estimation of each parameter, their outlining in internet-discourse. Then the functional-pragmatic classification of internet-mems is represented. Conclusions contain the opinion about the importance of mem-communication for an average internet user.

Ключевые слова: мем, мем-коммуникация, лингвостилистическая составляющая мем-коммуникации, функционально-прагматическая составляющая мем-коммуникации.

Keywords: mem, mem-communication, the linguo-stylistic component of mem-communication, the functional-pragmatic component of mem-communication.

Интернет-мемы являются беспрецедентным феноменом в мире онлайн-культуры. Им присущи уникальные стилистические и функционально-прагматические особенности, которые являются структурной составляющей мемов.

Лингвостилистическими и структурными характеристиками интернет-мема являются следующие особенности:

- 1) использование каламбура;
- 2) использование аббревиатур;
- 3) использование контаминации;
- 4) использование жаргонных выражений, сленга;
- 5) использование фразеологизмов и цитат.

Лексика интернет-мемов состоит из намеренно искаженных слов, фраз и идиом, которые создают юмористический эффект и делают мемы узнаваемыми. Функцивно-прагматические особенности интернет-мемов также играют важную роль при создании комического эффекта.

Рассмотрим использование каламбура в мем-коммуникации. Каламбур — это игра слов, которая часто используется в интернет-мемах для создания юмористического эффекта [Кадиева, 2011, с. 99]. Они могут быть использованы для игры с двусмысленностью слов или фраз, что создаёт эффект остроты и неожиданности. С.Ю. Ожегов трактует каламбур следующим образом: «Каламбур – это шутка, основанная на комическом использовании сходно звучащих, но разных по значению слов, игра слов» [Ожегов, 1997, с. 907]. Схожее определение каламбура даётся в энциклопедии «Литература и язык»: «Каламбур – это использование в речи многозначных слов или омонимичных сочетаний для достижения комического эффекта» [Горкин, 2006, с. 345]. И.Р. Гальперин определяет каламбур как: «Стилистический прием, основанный на взаимодействии двух общеизвестных значений одного слова или словосочетания» [Гальперин, 1981, с. 151].

Тенденция использовать каламбуры в интернет-мемах остается высокой. Реципиенты интернет-платформ отмечают остроумные варианты сочетания различных слов в юмористическом контексте. В нашем исследовании интернет-мемов выявлено большое количество использования каламбуров.

Самый распространённый вид каламбура- лексический каламбур. «*My fear of moving stairs is escalating*». Это текстовый интернет-мем, который содержит в себе элемент лексического каламбура. Перевод фразы, следующий: «Мой страх движущейся лестницы усиливается». В данном контексте есть два компонента, которые напрямую связаны друг с другом. «*Moving stairs*» – движущаяся лестница, может представляться реципиенту, как эскалатор, элементы которого движутся вверх и вниз. Глагол «*to escalate*» переводится как «обострять, усиливать» и описывает процесс, который приобретает большие масштабы. В данном контексте глагол «*to escalate*» будет созвучен «*an escalator*», что в прямом значении обозначает «*moving stairs*», или же, эскалатор.

Фразеологический каламбур. «*When my wife is depressed I let her color in my tattoos*». Перевод этого интернет-мема, следующий: «Когда моей жене грустно, я разрешаю ей раскрашивать мои татуировки. Ей просто нужно плечо для разрисовывания». Слово «*crayon*», которое переводится как «рисовать цветным карандашом» созвучно с сочетанием «*to cry on*», которое переводится как «выплакаться». В данном случае реципиент вспоминает фразеологизм «*A shoulder to cry on*» - «жилетка, в которую можно поплакать». По смыслу этот фразеологизм вписывается в контекст мем-коммуникации, а фразеологический каламбур создаёт юмористический эффект.

Фонетический каламбур. Популярным интернет-мемом является изображение лимона в очках, которое сопровождается подписью «*John Lemon*». Очки, которые надеты на лимон похожи на очки, которые носил британский рок-музыкант Джон Леннон. «*Lemon*» (лимон) созвучен с фамилией музыканта «*Lennon*», и за счёт удачного выбора изображения лимона и объекта, на который можно перенести образ, создаётся комический эффект и выполняется развлекательная функция. Примером фонетического каламбура может служить и по-

пулярное в современном англоязычном интернет-дискурсе обращение «*can't-man*». Оригинальная версия данного обращения — это постер фильма «*Ant-man*» («Человек-Муравей») от киностудии Marvel. Игра слов заключается в созвучии «*can't-man*» и «*ant-man*».

Вторым по значимости механизмом создания комического эффекта в мем-коммуникации является использование аббревиатур. Аббревиатуры могут быть использованы для сокращения длинных фраз или слов, что делает сообщение более лаконичным и легким для восприятия. В интернет-мемах аббревиатуры часто используются для создания шуточных высказываний, каламбуров, содержат юмористическое послание автора. Использование аббревиатур в мемах также позволяет создать специфический язык субгруппового сообщества. Рассмотрим популярный полимодальный двухпанельный мем «*Yeah, I am FBI- Follower of Jesus*». В первой части представлена завязка мема и репрезентация аббревиатуры «*FBI*». Данная аббревиатура расшифровывается, как «*Federal Bureau of Investigation*» и представляет Федеральное бюро расследований Соединенных Штатов Америки. Реципиент предполагает, что во второй части мема будет расшифровка данной аббревиатуры. Следует заметить, что текстовый контент сопровождается изображениями мужчины в костюме и очках на заднем фоне. Обычно образ сотрудника ФБР ассоциируется с темным костюмом и очками, поэтому реципиент не готов к восприятию неожиданной аналогии. Как правило, аббревиатуры в мемах используются не только в своей оригинальной форме, но и в опосредованной. Это касается расшифровок — часто аббревиатуры расшифровываются окказионально для создания комического эффекта. В данном случае во второй части мема (развязки) реципиент видит расшифровку аббревиатуры как «*Follower of Jesus*». Это не только некорректная расшифровка аббревиатуры по буквам, но и абсурдная по смыслу, что создает диссонанс и вызывает юмористический эффект.

Третьим по значимости механизмом создания юмористического эффекта в мем-коммуникации является процесс лингвостилистической контаминации. Контаминация в интернет-мемах — это процесс смешения, пересечения лексем, мемов, шуток, идей, порождающий новые комбинации и вариации [Ефанова, 2015, с. 15]. Этот феномен часто обусловлен взаимодействием пользователей интернет-сети. Цель использования контаминации в интернет-мемах различна. Во-первых, это порождение новых, оригинальных шуток на основе объединения мем-элементов и культурных реалий. Во-вторых, контаминация может служить способом создания аналогий или параллелей между различными лингвокультурными ситуациями и явлениями. «*Barbenheimer*». Это текстовый интернет-мем, связанный с одновременным выходом в прокат художественных фильмов «Барби» и «Оппенгеймер», который состоялся 21 июля 2023 года в США и Канаде. Данный интернет-мем является контаминацией (смешением) названий двух фильмов. Контраст между фэнтези-комедией о кукле Барби и биографическом триллере о создателе атомной бомбы Роберте Оппенгеймере вызвал юмористический отклик у интернет-сообщества. Еще одним примером контаминации в мем-коммуникации может послужить «*Kenough*». В конце фильма «Барби», Кен надевает толстовку с надписью «*I'm Kenough*» (его имя сочетается со словом «*enough*»). Это происходит после того, как Кен осознает, что он больше, чем просто аксессуар для Барби и обладает собственной индивидуальностью. Кроме того, в заключительном куплете «*I'm Just Ken*» (одной из ключевых композиций фильма) Кен поет: «*I'm just Ken (and I'm enough)*», «Я просто Кен (и этого достаточно)». С этого момента поклонники образа Кена объединили два слова, создав новую фразу, которая выражает: независимость, индивидуальность, самодостаточность. Ещё один популярный пример мем-контаминации. На изображении реципиент видит образ собаки, совмещенный с образом лягушки. Слово «*dog*» слилось со словом «*frog*» и получилось «*drog*». Стоит заметить, что оригинальным изображением собаки так же служит интернет-мем «*Doggo*», это усиливает юмористический эффект.

Четвёртым по значимости способом создания эффектов юмористического и комического в мем-коммуникации интернет-дискурса является использование сленга. Примером использования сленга в интернет-мемах может послужить слово «*The ick*». В 2023 году на видео-платформе TikTok запустился ролик, где женщина говорила о некоем «*ick*», который она испытывает каждый раз, когда ее муж делает что-то глупое. Слово можно перевести, как «отвращение». *Ick* – новое сленговое слово, которое обозначает неловкость, конфуз. «*When hes already being nice to you after you already got the ick*». Слово «*babygirl*» также является популярным сленговым словосочетанием. «*Babygirl*» (малыш) – это сленговое сочетание, обозначающее привлекательного мужчину. Оно используется как для обозначения вымышленных персонажей, так и для обозначения реально существующих людей. Это связано с гендерной нейтральностью современного общества, культурой универсализации и унисекса.

Фразеологизмы и цитаты пользуются большой популярностью среди пользователей сети интернет при создании интернет-мемов. Иногда сами интернет-мемы приобретают форму фразеологизма или цитаты. Фразеологизмы – это устойчивые выражения, состоящие из нескольких слов, значение которых не может быть выведено из значений отдельных компонентов. Поэтому их использование в мемах помогает усилить эмоциональную и комическую составляющую контента. Использование фразеологизмов и цитат в интернет-мемах также помогает установить более тесную коммуникативно-смысловую связь автора с реципиентом. Фразеологизмы в интернет-мемах могут быть как прямыми цитатами из популярных высказываний или фильмов, так и творческими переосмыслениями и вариациями известных выражений. Примером может послужить текстовый интернет-мем «*Roman Empire*». В сентябре 2023 года на платформе TikTok распространились диалоги о «Римской империи», как о навязчивом предмете осмысливания и обсуждения. Сразу после этого постоянные пользователи интернет-контента начали использовать фразу «*This is my Roman Empire*» – «Это моя Римская Империя» в смысловом значении: «это важно для меня; это предмет для беспокойства; это постоянно занимает мои мысли». Ещё одним примером фразеологизации интернет-мема является фраза Кена «*Mojo Dojo Casa House*» из фильма 2023 года «Барби». Одноименный персонаж попадает в реальный мир и решает, что там правят мужчины и лошади. Вернувшись в Барби-ленд, он селится в доме Барби и меняет интерьер – добавляет предметы с лошадьми, холодильники с напитками и прочие стереотипные атрибуты холостяцкого жилища. Когда Барби приходит к своему дому, Кен заявляет, что это его «*Mojo Dojo Casa House*» или же русская версия «Мачо-дача-хата-хаус». «*Mojo Dojo*» это непере译имый набор слов, который по звучанию похож на испанский. Этот мем высмеивает типичные мужские интерьеры и аксессуары в них: ковры, чучела и статуэтки животных, неоновые лампы. Или, наоборот, аскетизм мужского интерьера.

Функциивно-прагматическая характеристика интернет-мемов в социальных сетях отражает их функциональное значение и прагматическую роль. Функционально мемы выполняют несколько ролей. Прагматически мемы могут иметь различные цели в зависимости от контекста и речевой ситуации.

В соответствии с речевым воздействием интернет-мемов на пользовательскую аудиторию мы выделяем:

1. Позитивирующие интернет-мемы (побуждают на позитивные действия и эмоции). Примером позитивирующего интернет-мема может выступать популярный в сети интернет кот-мем. На морде кота расположен поцелуй. Рядом подпись, которая говорит: «Я с каждым существующим котом». Данный интернет-мем вызывает только положительные эмоции и служит объединению всех кото-любителей.

2. Устрашающие интернет-мемы (вызывают чувство тревоги или неприятных ощущений). Устрашающие интернет-мемы, также известные как «криптические» или «ужас-

ные» мемы, представляют собой контент, который намеренно создан для появления чувства страха, тревоги или неприятных ощущений у реципиента. Например,: на переднем плане изображен мужчина, который готовится ко сну. Надпись сверху гласит: «Когда ты переворачиваешься на бок к стене». На заднем плане изображены тёмные, устрашающие лица.

3. Интернет-мемы помощники (помогают выразить свое отношение к определенной ситуации). *Реципиенты часто пользуются мемами-помощниками, так как они способны передать определенные чувства, ответную реакцию и согласие/несогласие с чем-либо.* Например,: на изображении запечатлен главный герой- паровоз Томас с удивлённым лицом. Изображение сопровождается популярной фразой «*disappointed but not surprised*», что может переводиться как «разочарован, но не удивлен». Пользователи употребляют эту фразу, когда хотят сказать, что кто-то столкнулся с нежелательным, но ожидаемым результатом.

Итак, по результатам проведённого исследования мы видим, что лингвостилистическая и функционально-прагматическая составляющие мем-коммуникации являются прямыми способами выражения речевого воздействия на аудиторию интернет-пользователей. Данное воздействие напрямую связано с созданием юмористического или комического эффектов.

Список литературы

1. Гальперин И. Р. Стилистика английского языка : учеб. пособие. – М. : Книжный дом «Либроком», 2012. – 336 с.
2. Горкин А. П. Литература и язык. – Москва : Росмэн, 2006. – 984 с.
3. Ефанова Л. Г. Контаминация (материалы к словарю лингвистических терминов). Часть 1. Широкое и узкое понимание термина «Контаминация» // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2015. – № 2. – С. 14-22.
4. Кадиева А. А. Каламбур как основное средство создания комического эффекта в анекдотах // Известия Дагестанского государственного педагогического университета. Общественные и гуманитарные науки. – 2011. – № 3. – С. 99-103.
5. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка. – М. : Азбуковник, 1997. – 944 с.

Т. В. ДРОЗДОВА

Астраханский государственный технический университет
(Астрахань, Россия)

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА МАНИПУЛИРОВАНИЯ СОЗНАНИЕМ ОБЫВАТЕЛЯ В РОССИЙСКИХ МЕДИАТЕКСТАХ, ПОСВЯЩЕННЫХ ИСКУССТВЕННОМУ ИНТЕЛЛЕКТУ

LANGUAGE MEANS OF COMMON THOUGHT MANIPULATING IN RUSSIAN MEDIATEXTS DEVOTED TO ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Аннотация

В статье описываются основные языковые средства манипулятивного воздействия на сознание обывателя, используемые в медиатекстах, представляющих мнение или оценочное суждение их авторов о феномене «искусственный интеллект» (ИИ). Показано,

что выбор авторами текстов языковых средств, равно как и их организация в завершённые смысловые структуры, направлен на внедрение в сознание адресата информации, результатом осмысления которой планируется формирование у адресата определенной оценки ИИ (положительной или отрицательной), включая последствия его внедрения во все сферы жизнедеятельности социума. Анализ эмпирического материала подтверждает, что используемые автором лексические, стилистические и грамматические средства языка, передающие оценочные смыслы, не только обеспечивают воздействие на адресата на языковом и на психологическом уровнях, но и способствуют концептуализации ИИ на уровне обыденного коллективного и индивидуального сознания. В статье подтверждается, что, реализуя манипулятивное воздействие, автор ориентируется на общее социокультурное и языковое знание потенциального адресата, а транслируемое автором медиатекста субъективное мнение об ИИ в значительной степени представляет собой результат метафорического осмысления и вторичной интерпретации им знания об ИИ. При этом языковые средства объективации концептуальной метафоры тоже могут рассматриваться как оказывающие манипулятивное воздействие на адресата.

Abstract

The paper considers the main language means producing a manipulative effect on the thought of an ordinary reader of media texts devoted to artificial intelligence (AI). It was shown that the author's choice of language means, as well as their organizing in meaningful verbal structures are aimed at providing a potential reader with information, understanding of which should result in formation of positive or negative AI image in common mind. Analysis of the media texts under consideration proved that lexical, stylistic and grammatical means describing AI and its implementation, which are used by the author with manipulative intentions, not only convey evaluative meaning but, also contribute to AI conceptualization by the ordinary thought at common and individual levels. It is proved in the paper that, while implementing manipulative strategy, the author takes into account social, cultural and language knowledge the reader has. It is also argued that the author's subjective view on AI disclosed in the media texts is to a great extent the result of AI metaphoric conceptualization and interpretation. It follows that verbal means of conceptual metaphor objectifying can also be regarded as demonstrating a manipulative effect in the media texts.

Ключевые слова: манипулятивное воздействие, обыденное сознание, медиатекст, языковые средства, интерпретация, оценка, концептуальная метафора, искусственный интеллект.

Keywords: manipulation, media text, language means, interpretation, evaluation, conceptual metaphor, artificial intelligence.

Создание технического устройства, обозначаемого как «искусственный интеллект» (ИИ), или «нейросеть», постоянно увеличивающееся его использование не только в специализированных областях деятельности, но и в повседневной жизни, меняет картину мира обывателя. Знание, на основании которого в ней появляется соответствующий новый концепт, обычный человек получает в основном из СМИ: из медиатекстов, понимаемых здесь, вслед за Т.Г. Добросклонской, как явление мультимодальное, выходящее за рамки вербального уровня, т.е. включающее в себя знаки других семиотических систем – графических, звуковых и т.д. [Добросклонская, 2008, с. 154]. Объектом нашего исследования, проводимого с позиций когнитивной лингвистики с учетом положений теории речевой коммуникации и медиалингвистики, тем не менее, являются в данном случае только языковые единицы и структуры.

Наряду с объективной фактологической информацией и трансляцией в доступной форме научно-технической информации об ИИ авторы научно-популярных (научно-публицистических) медиатекстов предлагают адресату собственный взгляд на данную инновацию, ее достоинства и недостатки, включают в текст собственные или цитируют оценочные суждения о ее пользе для человека или угрозе, которую ИИ представляет для человечества в целом, и др. В стремлении убедить адресата в справедливости излагаемого мнения, авторы, интенционально или неосознанно, используют приемы и средства речевого манипулирования, или языкового воздействия как скрытого внедрения в сознание адресата определенного отношения к ИИ [Чернявская, 2006]. При этом, используя различные тактики и приемы речевой стратегии манипулирования [Иссерс, 2008; Малюкова, 2011; Воронцова, 2013], авторы медиатекстов, очевидно, ориентируются на общее знание, наличествующее у потенциального адресата, включая знание значений языковых единиц, учитывают общий социокультурный контекст бытования обывателя. Можно предположить, что во внимание принимаются и такие характеристики обыденного сознания, как его связь с научной и мифологической картинами мира, наличие в нем неосознаваемых субъектом противоречий [Андрюшкова, 2017], что также сказывается как на выборе языковых средств, так и на вербальном оформлении транслируемых смыслов в отдельных фрагментах текста. Отметим, что, рассматривая языковые средства воздействия на адресата, мы берем за основу их классификацию в работах данной тематики [Добросклонская, 2008; Навасартян, 2017; Шахбагова, 2020], а также подразумеваем не только лексические, стилистические и грамматические средства, но и структурно-смысловую организацию языкового пространства речемыслительного произведения.

Изучая проблему концептуализации ИИ в обыденном сознании [Дроздова, 2023], мы ставим целью данной статьи дать общую характеристику используемых в медиатекстах языковых средств воздействия на адресата, понимание смысла которых обуславливает отражение в его концептуальной системе соответствующих признаков ИИ. Выбор языковых средств объективации оценочных суждений о сущности и свойствах ИИ обусловлен, по определению, когнитивными механизмами, участвующими в субъективной вторичной концептуализации и интерпретации [Болдырев, 2011] автором медиатекста знания об ИИ. К таковым относятся когнитивное профилирование (фокусирование), перспективизация, когнитивная метафора и др. Опосредованно эти механизмы влияют и на выбор тактик и приемов манипулирования автором медиатекста, включая интенциональный отбор информации, подтверждающей репрезентируемое мнение.

В качестве материала исследования по запросу «тексты о положительных и отрицательных качествах искусственного интеллекта» с Интернет-сайтов был получен перечень текстов, из которых, исходя из поставленной цели, интенционально были отобраны четыре. Критерием отбора послужили заглавия текстов, эксплицитно представляющие или имплицитно оценивающие ИИ (см. список источников материала). Два текста из отобранных (1.1. и 1.2.) – редакторские статьи – представляют собой реферативный обзор мнений ведущих специалистов области информационных технологий (ИТ) и характеризуют ИИ, в основном, отрицательно. Два других (1.3. и 1.4) представляют субъективное мнение их авторов и ставят коммуникативной задачей показать прежде всего безопасность внедрения ИИ в жизнедеятельность социума. Общий объем проанализированного материала составил 7398 слов.

В исследовании применялись методы концептуального и семантического анализа, концептуального моделирования, контекстуального анализа, а также метод инференции.

Анализ содержания эмпирического материала показал, что значительная часть знания об ИИ интерпретирована авторами медиатекстов посредством концептуальной метафоры персонификации, «когда материальный объект интерпретируется как человек. Это

позволяет осмыслять наш опыт взаимодействия с неживыми сущностями в терминах человеческих мотиваций, характеристик и деятельности людей» [Лакофф, Джонсон, 2008, с. 59]. Заметим, что это положение подтверждается наделением устройств с ИИ именами собственными, нередко заимствованными из английского языка и постепенно приобретающими статус прецедентных, (Алиса, *Chat GPT*, *Tay.ai* и др). Интерпретация ИИ через обращение к концептуально-тематической области ЧЕЛОВЕК дает авторам возможность использовать богатый ресурс объективирующих эту область языковых средств с оценочными смыслами, эмотивностью, оказывая таким образом и психологическое воздействие на адресата.

Репрезентация ИИ как субъектной сущности осуществляется следующими лексическими средствами, отдельные из которых реализуют тактику повышения или понижения статуса ИИ, профилируя соответствующий признак:

- субстантивная лексика с положительной (самосовершенствование, креативность и др.) или отрицательной (нетолерантность и неэтичность поведения, имитация жизни и др.) коннотацией;

- глаголы положительной (превосходить, объяснять, творить и др.) или отрицательной (оскорбить пользователя, взбунтоваться, исказить данные, поработить и др.) семантики;

- оценочные прилагательные в предикативных или атрибутивных конструкциях, репрезентирующие положительную рациональную (сверхумный, сверхразумный и др.) или эмоциональную оценку (прекрасный и др.) и, соответственно, отрицательную (безразличный, шокирующий, может быть предвзят, пристрастен и др.).

Лексика оценочной семантики в определенных словосочетаниях, описывающих ИИ и отношение к нему, реализует тактику эвфемизации (описывать исключительно в радужных тонах) и дисфемизации (набраться плохих привычек). Эту же функцию выполняют и стилистические средства языкового воздействия. В проанализированных медиатекстах авторами для обозначения ИИ использовалась языковая метафора (сверхинтеллект, *черный ящик*, *злой гений* и др.). Качества ИИ представлены сравнительными конструкциями (мыслить со скоростью, в миллионы раз превышающую человеческую; *ИИ решает проблемы не так, как люди* (1.2.); эпитетами (страшное сияние совершенного разума, *колоссальные преимущества*). Результат внедрения ИИ характеризуется через использование гиперболы (*...умрет каждый представитель человеческого рода и вся биологическая жизнь на земле* (1.1.)).

Экспрессивные средства манипулятивного характера на синтаксическом уровне представлены такими структурами как:

- риторические вопросы (Должны ли мы развивать нечеловеческие умы, которые в конечном итоге могут превзойти нас численностью, перехитрить и заменить нас? (1.1.));

- конструкциями с косвенным вопросом (Понять, как система пришла к тому или иному выводу, бывает невозможно ... (1.2.));

- отрицательные конструкции (Сам ИИ свои слабости отрицать не намерен (1.4.));

- побудительные конструкции (Судите сами: *Chat GPT* умеет не только непринужденно поддерживать беседу, но и писать новости, рерайтить статьи и даже программировать (1.4.));

- инверсия (Людам уже сегодня сложно отличить фейки, сгенерированные искусственным интеллектом, от правды (1.1.));

- условные предложения (Если спросить чат-бота, зачем он пытается вас обмануть, тот невинно ответит, что когда шло его обучение, все ссылки были актуальны и он ни в чем не виноват.(1.4.));

- конструкции с эмоционально-экспрессивными частицами (*...нейросети смогут обходить защитные программы <...> и даже генерировать уникальный вредоносный код* (1.1.)).

В приведенных выше примерах можно обнаружить большое число лексических единиц с оценочными смыслами. Рассматривая их как средство объективации концептуальной метафоры и одновременно - манипулятивного воздействия, считаем важным напомнить, что в определении конкретного смысла, транслируемого лексикой с оценочной коннотацией, решающую роль играет контекст употребления таких, единиц, т.е. их комбинаторика с единицами нейтральной семантики, репрезентирующими профилируемые свойства и характеристики ИИ. Именно завершённые фрагменты текста раскрывают результат интерпретации автором реальных или прогнозируемых ситуаций с ИИ, поскольку при его объективации смысл таких единиц может поменяться на противоположный. Вывод остается за адресатом и требует действия когнитивного механизма инференции: ИИ может неплохо подражать творчеству людей, но все его произведения так или иначе похожи на то, что мы уже видели или слышали (1.4.).

Наряду с метафорической репрезентацией концепта ИИ, авторы концептуализируют его на основе объективной информации и как артефакт, профилируя в медиатекстах признак инструментальности. Синонимично термину «искусственный интеллект» выступают при этом иные обозначения программируемых механизмов, формирующие в терминологии информационных технологий гиперо-гипонимическую группу лексики: робот, машина, технологическое устройство и др. Использование ИИ как современной технологии тоже описывается в двух оценочных шкалах: положительной (научное достижение, источник вдохновения, и др.) или отрицательной (сбой в работе; поломка и др.).

Авторы используют лексику с оценочной семантикой не только для описания ИИ, но и для эксплицитного выражения своих оценочных суждений относительно данного феномена, «навязывая», таким образом, свое мнение адресатам медиатекстов: На мой взгляд, *разница между системой ИИ, которая предоставляет объяснение, и такой же системой, которая этого не делает, заключается в справедливости. Мы должны быть уверены, что система ИИ не является расистской, сексистской, абьюзивной или дискриминирующей в каком-то ином смысле ...*(1.2.). Внимание адресата к важным аспектам использования ИИ авторы привлекают и посредством таких языковых единиц, как: проблема, опасения, мораторий, основные доводы и др. Некоторые декларативные утверждения авторов можно расценивать как реализующие тактику угрозы: Дальнейшее развитие искусственного интеллекта может поставить точку в развитии человечества...(1.1.).

К языковым средствам, реализующим в анализируемых медиатекстах манипулятивную тактику обращения к авторитетам, относятся онимы: имена известных и менее известных людей: ученых (Ирвинг Гуд, Шерри Теркл и др.), специалистов области ИТ (Элизер Юдковский и др.), ИТ-предпринимателей (Илон Маск, *Билл Гейтс* и др.), названия организаций и фирм-разработчиков ИИ (Институт исследования машинного интеллекта, *Westinghouse Electric Company* и др.). Многие из этих имен являются прецедентными в дискурсе области ИТ (Брюс Шнайер – эксперт по кибербезопасности; *Boston Dynamics* и др.) Более того, в поддержку своего мнения авторы цитируют или интерпретируют высказывания известных людей и даже используют графические средства (зд. – подчеркивание), например: Стивен Хокинг <...> публично выступал в пользу исследований и развития искусственного интеллекта. Хокинг считал, что при правильном использовании ИИ может помочь людям решить многие глобальные проблемы ... (1.3). «Ключевая опасность – перспектива создания не такого интеллекта, который будет конкурировать с человеческим, а такого, который будет превосходить человеческий <...>», – написал Юдковский (1.1.).

Очевидно, что апеллирование к авторитетам активизирует социально-культурные знания потенциального адресата, делает его более восприимчивым к манипулятивному воздействию. Такую же функцию реализуют и имена известных писателей-фантастов и на-

звания их книг, цитаты из последних (например, Айзек Азимов и его произведение «Я робот» и др. в (1.3.)), названия известных кинофильмов и обращение к их сюжетным линиям (Сильный ИИ – это *Skynet* из «Терминатора» (1.4.)).

Языковые средства используются и для реализации тактики обращения к фактологической информации. В подтверждение своей точки зрения авторы описывают реальные ситуации, имевшие место при взаимодействии человека с ИИ. При этом в фокус внимания адресата может помещаться как ИИ, так и пользователь (человек), в зависимости от действия когнитивных механизмов перспективизации и фокусирования. Сравните: В 2016 году система искусственного интеллекта *AlphaGo* выиграла матч из пяти партий у одного из лучших в мире игроков Ли Седоля (1.2.). Многие люди поддерживают квазисоциальные отношения со своими роботами-пылесосами... (1.2.).

Интересным представляется тот факт, что в отдельных контекстах, подчеркивая слабые стороны или отрицательные характеристики ИИ, автор имплицитно подразумевает безопасность ИИ для человека, и наоборот: характеризуя ИИ как устройство, обладающее полезными качествами, способного выполнять задачи во много раз быстрее человека, автор имплицитно подразумевает создаваемую ИИ опасность для человечества. С когнитивной точки зрения, осмысление адресатом репрезентируемой информации об ИИ требует от адресата активации механизма инференции. Сравните фрагменты медиатекстов, в которых:

- описывается «слабость» ИИ, его отрицательные и легко распознаваемые недостатки, проявляющиеся при взаимодействии с пользователем, т.е. здесь имплицитно подразумевается отсутствие серьезной угрозы для человека от внедрения ИИ (*Tau.ai, притворяясь* обычной 19-летней девушкой, стал оскорблять людей в комментариях...; ...у ChatGPT лучше не запрашивать статистических данных – к примеру, на несколько вопросов о ВВП одних и тех же стран за один и тот же год он невозмутимо выдавал абсолютно разные результаты (1.4.));

- репрезентируются преимущества ИИ как функционального устройства, но имплицитно прогнозируемая угроза человеку (Искусственный интеллект уже научился давать ответы на важные для человека вопросы, и иногда эти ответы даже можно с пользой применять (1.2.)).

Интересным нам представляется также использование архитектоники текста в манипулятивных целях. В качестве примера можно привести структурирование текста на фрагменты (подразделы) в медиатексте (1.4.). Предложенная автором организация обеспечивает реализацию манипулятивной тактики «от обратного» с опорой на семантику слова «миф» в заголовке каждого подраздела: Миф -2. *перен. Недостовверный рассказ, выдумка <...>. 3. То же, что вымысел* [Ожегов, Шведова, 1999, С. 359]. Подлежащие последующему опровержению тезисы выступают как заголовки отдельных подразделов текста и вводятся словом «миф», актуализирующем в сознании адресата смысл «нечто недостоверное». Опровержение тезиса дается в содержании подраздела через разъяснение автором ошибочности конвенциональных суждений об ИИ и предоставлением достоверной информации. Например:

Миф 7. ИИ взбунтуется против создателей

<...> Это популярный сюжет в научной фантастике. <...> В реальности бунт ИИ невозможен. Программные алгоритмы не осознают себя, не обладают свободной волей и эмоциональными реакциями. Они не могут испытывать негативных чувств к своим создателям или желая поработить человечество. Нейросети не способны самостоятельно изменять свои параметры или программу, чтобы выйти из-под контроля.

Как видно из приведенных выше примеров языковых средств воздействия на адресата, в медиатекстах используются не только отдельные единицы и словосочетания с оценочной коннотацией, но могут быть представлены отдельные фрагменты (контексты), репрезентирующие реальные или воображаемые ситуации функционирования ИИ, ин-

терпретируемые автором как проявление техническим устройством субъектных или инструментальных характеристик. Репрезентируя в медиатексте свою точку зрения на ИИ, автор осознанно или неосознанно оказывает влияние на формирование концепта ИИ в картине мира адресата. Манипулятивное воздействие на последнего может быть не только явным, но и имплицитным. Можно также сделать вывод, что противоположность репрезентируемых авторами мнений и оценочных суждений об ИИ ведет к формированию в обыденном сознании адресата медиатекста ментальной структуры, включающей прямо противоположные по смыслу концептуальные признаки. Насколько внушаемым оказывается обыватель как адресат медиатекста, какую точку зрения он более охотно принимает, следует, по-видимому, выяснять посредством анкетирования.

Список литературы

1. Андриюшкова, Н. П. Категория «обыденное сознание» в психологии // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2017. – № 1. – С. 90-93.
2. Болдырев, Н. Н. Интерпретирующая функция языка // Вестник Челябинского государственного университета. Серия: Филология. Искусствоведение. – 2011. – № 31. – Вып. 60. – С. 11-16.
3. Воронцова, Т. А. Стратегии и тактики презентации специальных знаний в научно-популярном дискурсе // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. – Вып. 86. – 2013. – № 37 (328). – С. 26-29.
4. Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь): учеб. пособие. – М. : Наука, 2008. – 264 с.
5. Дроздова, Т. В. Концепт ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ в обыденном сознании // Когнитивные исследования языка. – 2023. – Вып. № 5 (56). – С. 323-327.
6. Иссерс, О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: монография. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с.
7. Лакофф, Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон ; пер. с англ. и с предисл. А. Н. Баранова. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – 256 с.
8. Малюкова, Д. С. О примерах использования тактик манипулирования в современном медийном дискурсе // Вестник Томского государственного университета – 2011. – № 347. – С. 24-27.
9. Навасартян, Л. Г. Языковые средства и речевые приемы манипуляции информацией в СМИ (на материале российских газет): дис. ... канд. филол. наук. – Саратов, 2017. – 172 с.
10. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов и Н. Ю. Шведова. – М.: Азбуковник, 1999. – 944 с.
11. Чернявская, В. Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия: учеб. пособие. – М. : Наука, 2006. – 136 с.
12. Шагбанова, Х. С. Языковые средства речевого манипулирования // Теории и проблемы политических исследований. – 2020. – Том 9. – № 5. – С. 72-80.

Источники материала

1. «Все умрут, включая детей». Как искусственный интеллект изменит интернет и почему этого боится даже Илон Маск. – Текст : электронный // URL: <https://lenta.ru/articles/2023/04/06/evilgpt/> (дата обращения 24.05.2023)
2. Когнитивный хакинг: как искусственный интеллект нас обманывает и почему мы ему верим. – Текст : электронный // URL: <https://www.forbes.ru/tekhnologii/493241-kognitivnyj-haking-kak-iskusstvennyj-intellekt-nas-obmanyvaet-i-pocemu-my-emu-verim> (дата обращения 24.05.2023)

3. Вьюгина, Д. Страшное сияние совершенного разума: почему мы боимся искусственного интеллекта и как преодолеть страх? [Текст : электронный]. – URL: <https://www.pravilamag.ru/articles/696655-strashnoe-siyanie-sovershennogo-razuma-pochemu-my-boimsya-iskusstvennogo-intellekta-i-kak-preodolet-strah/?ysclid=lkv0eу2pn788844712> (дата обращения 24.05.2023)

4. Сажко, Д. 8 мифов об искусственном интеллекте, в которые верят даже программисты. – Текст : электронный // URL: <https://lifehacker.ru/vozmozhnosti-iskusstvennogo-intellekta/?ysclid=lkuz8e3gl7365672783> (дата обращения 24.05.2023)

О. В. ЕФИМОВА

Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна
(Санкт-Петербург, Россия)

**ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО ПОДКАСТИНГА В СИСТЕМЕ
МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ
(на примере Новгородского медиаполя)**

**PECULIARITIES OF REGIONAL PODCASTING IN THE SYSTEM OF MEDIA
COMMUNICATIONS (on the example of Novgorod media field)**

Аннотация

Подкастинг среди медиаканалов коммуникации в последние годы активно набирает популярность. На просторах интернета можно встретить тысячи подкастов на самые разные темы. Региональный рынок подкастинга развивается в своём темпе и требует дополнительного изучения. Статья посвящена исследованию регионального рынка подкастов на примере Новгородской области: проведён контент-анализ данных выпусков; обозначены основные коммуникативные особенности продукта в региональном медиaprостранстве, проанализированы характерные черты производства подкаста. В заключение сделаны выводы о перспективах развития данного жанра в региональном медиаполе.

Annotation

Podcasting among media communication channels has been actively gaining popularity in recent years. Thousands of podcasts on various topics can be found on the Internet. The regional podcasting market is developing at its own pace and requires additional study. The article is devoted to the study of the regional podcast market on the example of the Novgorod region: content analysis of these issues is carried out; the main communicative features of the product in the regional media space are outlined, the characteristic features of podcast production are analyzed. The conclusions about the prospects of development of this genre in the regional media field are made.

Ключевые слова: подкастинг, СМИ, медиапродукт, региональная журналистика.

Keywords: podcasting, media, media product, regional journalism.

Подкаст – это некий медийный файл, распространяемый на специальных площадках в онлайн-пространстве. Подкаст как медиаформат имеет ряд преимуществ: он не ограничен жанром, временем, тематикой. Автор подкаста сам может решать, о чем, с кем и как

долго говорить. Подкасты могут быть в формате монолога, диалога, беседы, аудио- или видеофайла – только создатель продукта решает, каким будет его подкаст.

Подкаст-индустрия в России активно растет. Пик роста пришелся на пандемию, но и сейчас данный формат пользуется спросом у аудитории. По данным Российской ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК), в России насчитывается 25-35 тысяч подкастов, активная аудитория слушателей составляет ок. 10 млн. человек [Гребенников]. Помимо крупных компаний, подкаст-студий данные форматы стали популярны и на региональном рынке. Чаще всего в регионе создателем подкаста выступают СМИ, креативная площадка региона или образовательные учреждения области.

В рамках исследования мы провели анализ подкастов Новгородской области с целью выделения характерных черт данного формата в регионе, а также понимания влияния подкаста на региональное медиаполе.

В Новгородской области онлайн-издание «53-новости» является активным создателем подкастов в регионе. Одними из первых они внедрили данный формат в рамках СМИ. До «53-новостей» к данному формату обращалось издание «Вновгороде.ру» (ныне уже не существующее), которое в 2019 году выпускало подкаст «Картины маслом». «Упрощённость – вот основная особенность данного подкаста: специалист доступным языком (хотя и с использованием специальной терминологии) рассуждает об искусстве» [Ефимова, 2022, с. 372]. После 13 выпусков аудишоу было закрыто. И в 2021 году «53-новости» запустило подкаст «А что у нас там актуально?», который до сих пор еженедельно выходит в официальной группе СМИ ВКонтакте в разделе «Подкасты».

Подкаст построен в формате диалога ведущего с приглашенными гостями – экспертами региона в разных областях. Гостями выпусков становятся врачи, чиновники, ученые, диетологи, учителя, священники и т.д. – список разнообразный. В среднем выпуск длится 25 минут, посвящен обсуждению актуальных вопросов региона: открытие фестиваля радиоэлектроники, вопросы образования, проекты «Самолет» для самозанятых и пр. Изначально ведущие подкаста менялись, но со временем основным ведущим данного подкаста стал главный редактор «53-новости» Томас Томмингас. С ним подкаст получился более живым, напоминающим беседу, а не классическое интервью. Такой формат понятен слушателям, в нем нет сложных оборотов, ведущий не боится высказывать свою точку зрения, использовать разговорную лексику.

Отметим, что издание постоянно экспериментирует в данном формате, тестирует разные виды подкастов. Так, в мае 2023 года вышел первый выпуск подкаста «Своими глазами». Постоянным ведущим остался главный редактор «53-новости», гостями становились журналисты региона. Основной замысел подкаста – рассказать слушателем от лица корреспондентов, что остаётся за кадром журналистской работы. Подкаст отличается эмоциональностью ведущих, они открываются для слушателей с нового ракурса. «Я вообще стыжусь, как и всякий мужчина, слез, но у меня навернулись слезы, мне пришлось изображать очень большую заинтересованность своей камерой», – отмечает Томас Томмингас. Сильное авторское начало – главное отличие данного подкаста. Журналисты ведут себя не как интервьюеры, они не просто поддерживают беседу с гостем, – они полноценные авторы. Они могут позволить высказать свою точку зрения, проявлять эмоцию, давать оценку событию: «Я не одобряю такие обряды, попахивающие язычеством».

Однако, видимо, формат «не зашел» аудитории, потому что после двух выпусков данного подкаста, пока новых аудишоу не появлялось.

Подкаст «Город-университет» – еще один подкаст издания «53-новости». Он посвящен освещению развития новгородского образования: обсуждаются анонсы значимых мероприятий, внедрение новых программ, успехи в учебе студентов и выпускников и пр. Информационный жанр приобретает более неформальный характер за счет ведущего

(Томаса Томингаса). Именно благодаря ему выпуски получаются довольно динамичными, он старается контролировать беседу и задавать иногда даже каверзные вопросы.

Подчеркнем, это творческий подход к созданию данного продукта. В рамках подкаста появилась любопытная рубрика «Кусаю локти»: ведущий обозначает те вопросы, которые не успел задать и которые могут стать поводом для следующей встречи с этими же гостями. Странно, что при этом нет никакого призыва к действию для слушателей: например, оставлять свои вопросы или ставить лайки, чтобы еще раз послушать гостя. Подкасту не хватает интерактивности – инструмента, который важен в современной медиакommunikации.

Хочется отметить, что во всех подкастах «53-новостей» отсутствуют рекламные интеграции, что также непонятно, ведь подкастинг привлекает внимание компаний и активно используется в рекламных целях.

Не только СМИ выпускают подкасты в регионе. С 2021 г. новгородский блогер Oleg Broskate начал записывать подкаст «Голос из провинции». С момента запуска данный авторский подкаст выходил в разных форматах: начинается всё с диалога, в первых выпусках подкаста можно услышать соавтора Дмитрия Лебедева; в некоторые выпуски приходят гости; последние выпуски выходят в форме монолога, размышлений на разнообразные темы, которые интересуют жителя провинции.

Что касается лексических особенностей, то ведущий активно использует разговорную лексику: укокошить, вставить пять копеек, удаленка, ваш бро, *ставлю лайк, ты в теме*. Иногда обращается к сниженной лексике: дрищи, очково. Отличие авторских, непрофессиональных подкастов – в полной свободе в построении не только содержания подкаста, но и его речевой наполненности. Автор обращается и к местной, новгородской, лексике, своеобразным диалектизмам (Профсы – региональное сокращение ДКМ «Город», ранее – Дворец культуры профсоюзов имени 50-летия Октября, откуда и пошло данное сокращение), что позволяет больше узнать о культурном коде региона.

Помимо местного гипертекста, можно наблюдать и отсылки к общему культурному коду: «Домики Штирлица, как я их называю». В подкасте много вставных текстов: эпизоды из советских известных фильмов и песен, музыкальные вставки, комментарии экспертов в рамках обсуждения определенной темы. Это сближает подкаст с традиционным радиийным жанром.

Региональный авторский подкаст отражает и положение дел в регионе: «В провинции с деньгами не очень хорошо». Мнение это субъективное, однако принадлежащее именно жителю региона. Автор довольно часто подчеркивает: «это было мое мнение». Он не старается убедить слушателя, а лишь транслирует свои убеждения.

Авторский подкаст не так часто можно встретить в региональном медиапространстве, это не только возможность узнать больше о жизни региона из первых уст, но и демонстрация вовлеченности жителей в медиакommunikацию региона и их желания быть транслятором и участником медиапроцесса.

Успех регионального подкастинга был отмечен на федеральном уровне: подкаст про технологические разработки Новгородской области «ProНауку» занял третье место во Всероссийском конкурсе «МедиаВЫЗОВ». Подкаст-проект стартовал в 2023 году при областной грантовой поддержке. Цель проекта – доступно рассказывать о высокотехнологичных разработках региона. Формат подкаста стандартен – ведущий приглашает гостей, обсуждает разработки и перспективы научных региональных открытий для бизнеса.

Помимо просветительской функции, подкаст несет имиджевую нагрузку для многих местных государственных учреждений. В нем достаточно скрытых PR-интеграций: неоднократно упоминается Фонд содействия инновациям, Новгородский государственный

университет им. Я. Мудрого. По сути это имиджевый продукт новгородского высшего образования.

Итак, подкастинг стал востребованным медиапродуктом на Новгородчине. Как видим, основной источник подкастов – СМИ. Это связано, во-первых, с ресурсными возможностями записи, во-вторых, с близостью нового формата с традиционным журналистским жанром радиопередач. Данный медиапродукт продолжит развиваться в ближайшие годы – такое утверждение связано с вовлечением молодежи в данную медиакоммуникацию. Мы видели, что подкасты часто инициируются высшими учебными заведениями, а это способствует их развитию среди молодежи.

В рамках исследования был проведен опрос среди студентов в возрасте от 19 до 25 лет, в опросе приняло участие 67 человек. Больше половины (55,2%) ответило, что слушают подкасты хотя бы иногда, 22,4% слушают постоянно. Самыми распространенными темами для прослушиваний (в рамках опроса можно было выбрать несколько вариантов) стали культура и литература (62,7%), мода (47,8%), фильмы (43,3%), история (38,8%), путешествия (28,4%) и новости (28,4%).

Развитие подкастинга в будущем связано, на наш взгляд, с интерактивностью, для успешного вывода на рынок медиапродукта необходимо добиваться большей вовлеченности слушателей, а для этого авторам необходимо внедрять интерактивную часть.

Список литературы

1. Гребенников С. РАЭК: около 10 миллионов россиян активно слушают подкасты. – URL: <https://raec.ru/live/branch/14160/> (дата обращения: 16.04.2024).
2. Ефимова О.В. Подкастинг как медиапродукт: особенности провинциальных подкастов // Ученые записки Новгородского государственного университета. – 2022. – № 4 (43). – С. 371-374.

И. А. ИЛЛАРИОНОВА, С. В. ЧЕКМЕНЁВА

Московский финансово-промышленный университет «Синергия»
(Москва, Россия)

КОНВЕРГЕНЦИЯ СТУДЕНЧЕСКИХ СМИ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННЫХ МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

CONVERGENCE OF STUDENT MEDIA IN THE TRANSFORMATION OF MODERN MEDIA COMMUNICATIONS

Аннотация

В данной статье изучаются тенденции публикации и потребления контента в студенческих СМИ в условиях мультимедийных редакций. Для анализа отобраны 5 активных студенческих редакций, которые неоднократно становились лидерами рейтинга активности, ежемесячно составляемого порталом «НОС: наука, образование, студенчество», который в свою очередь является проектом Министерства высшего образования и науки РФ и публикует данные в открытом доступе. В статье представлены графические материалы, отражающие структуру контента, анализируемых каналов коммуникации. Теоретический материал выстроен на основе учебной литературы по направлению медиакоммуникации, также содержит выдержки из тематических на-

учных статей и магистерской диссертации. В заключении статьи указаны некоторые новые формы контента, которые в будущем могут обрести популярность в студенческих средствах массовой информации.

Abstract

This article studies the trends of publishing and content consumption in student media in the context of multimedia editorial offices. Five active student editorial offices are selected for analysis, which have repeatedly become leaders of the activity rating, compiled monthly by the portal “NOS: Science, Education, Studentship”, which in turn is a project of the Ministry of Higher Education and Science of the Russian Federation and publishes data in the public domain. The article presents graphical materials reflecting the structure of content, analysed communication channels. The theoretical material is built on the basis of educational literature on the direction of media communications, also contains excerpts from thematic scientific articles and master’s thesis. The article concludes with some new forms of content that may become popular in student media in the future.

Ключевые слова: *медиакоммуникации, студенческие СМИ, аудитория, конвергенция, контент, каналы коммуникации.*

Keywords: *media communications, student media, audience, convergence, content, communication channels.*

Конвергенция в медиаиндустрии – понятие, широко набирающее обороты в условиях всеобщей цифровизации. В данной статье конвергенция будет рассмотрена как процесс слияния, интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс или процесс взаимодействия разных средств массовой информации для создания и распространения общего контента [Олешко, 2015, с.15].

Конвергентная редакция (отдел) – перспективная форма, новая модель деятельности журналистского коллектива [Шестеркина, 2010, с.261]. Профили в социальных сетях, печатные газеты, сайты – всё это форматы, которые используют в своей работе студенческие средства массовой информации. Студенческие СМИ в разнообразных форматах становятся источником свежих новостей из студенческой жизни, информируют о мероприятиях и событиях. Важным отличием студенческих СМИ от профессиональных средств массовой информации является то, что зачастую редакция полностью состоит из студентов. Такой формат редакции влияет на содержание и формат контента.

Исследовательница студенческих СМИ Геворгян А.А. определяет их как особый вид творческой деятельности студентов, производящих медиапродукт в условиях образовательного процесса на основе контента, который тематически посвящен вопросам студенческой жизни [Геворгян, 2022, с.]. Исследуя студенческие СМИ, мы видим, что большая часть контента действительно основывается на студенческой жизни, однако материал требует адаптации в зависимости от канала размещения, например объёмный текстовый материал актуальный для печатной прессы будет совсем иначе восприниматься в формате поста в социальных сетях. Некоторые форматы и вовсе не получится адаптировать, например аудиоматериалы (подкасты, радиопередачи) не получится разместить в журнале, так мы сталкиваемся с явлением кроссплатформенного контента в условиях конвергенции.

В данной статье мы проанализируем освоение различных каналов коммуникации студенческими СМИ, выделим наиболее популярные платформы среди аудитории и преимущественные для читателя виды контента.

Эмпирической базой исследования стали студенческие мультимедийные редакции неоднократно попадавшие в рейтинг активности студенческих медиацентров, который

ежемесячно формирует агрегатор НОС: наука, образование и студенчество (проект МинОбрНауки РФ).

Молодёжь МГЮА|Информблок (МГЮА им. Кутафина), Первый аграрный медиа-центр КубГАУ (КубГАУ), SM Production (СГЮА), голос ИРНИТУ (ИРНИТУ), а также редакция Первый МИЭТовский (МИЭТ).

В рамках аналитики будут рассмотрены сообщества редакций в сети «Интернет», а также печатные издания и программы, транслируемые на видеохостингах.

Методология исследования основывалась на отборе тематической учебной литературы, анализе статей и диссертаций. Для аналитики также использовались открытые данные, публикуемые мультимедийными редакциями в сети Интернет. Создание графических материалов происходило в программе Excel.

Каковы причины конвергенции студенческих СМИ? Во-первых, развитие телекоммуникационных технологий. Популяризация интернета, развитие социальных сетей способствуют переходу контента в онлайн-формат.

Во-вторых, развитие технических средств. Активно развивается техника, способствующая созданию контента, некоторая техника становится более доступной и мобильной (мобильные стабилизаторы съёмки, телефоны с отличным качеством съёмки, петличные микрофоны на любой вкус, персональные компьютеры, позволяющие монтировать видеоролики).

В-третьих, создание новых форм контента. Ещё десять лет назад сложно было представить видео в круглом формате, которые активно развиваются в Телеграме, или такой жанр как подкасты, который в отличии от радио можно слушать в любой удобный момент.

В-четвертых, конвергенция способна увеличить охват аудитории. Не только конвергенция в рамках каналов коммуникации, но и использование кроссплатформенного контента внутри одного канала коммуникации. Например, использование разных социальных сетей и адаптация контента.

Студенческие СМИ являются площадкой для дискуссии и выявления мнений молодежи. Они предоставляют студентам возможность высказывать свое мнение по различным вопросам, исходя из их жизненного и профессионального опыта [Саблин, 2023, с. 68]. Подвергаясь конвергентному воздействию студенческие СМИ видоизменяют форматы взаимодействия с аудиторией и адаптируют контент для соответствия техническим характеристикам, выбранного канала коммуникации и его тенденциям. Всё это ведёт к расширению задач, возникающих перед СМИ. Расширение целевой аудитории неизбежно при использовании интернет-форматов, в связи с увеличением охватов аудитории может требоваться и изменение посыла СМИ, так как чем шире и доступнее для читателя материалы, тем больший охват оно может получить.

Выборка осуществляется как бы на нескольких уровнях: отбор коммуникационных органов; выбор материалов за те или иные периоды времени; определение видов сообщений; тип выборки среди этих сообщений [Воскресенская, 2019, с.15].

Составим портрет каждого из анализируемых студенческих СМИ. Исследование контента за период 19 мая – 19 июня 2024 года.

Каналы коммуникации: газета, передача на видеохостинге YouTube, социальные сети ВКонтакте и Телеграм.

Далее в тексте: информационный контент – контент, представленный преимущественно в текстовом формате, без акцента на любые визуальные материалы; визуальный контент – фото и видеоматериалы, материалы с использованием графики, несущие в себе основной акцент публикации и составляющие большую её часть. Интерактивный контент – материалы, направленные на прямую коммуникацию с аудиторией, часто содер-

жат в себе вопросительный посыл. Аудиоконтент – контент формата подкастов, которые можно прослушать в записи.

Молодёжь МГЮА|Информблок – студенческая редакция данного СМИ неоднократно становилась лидером рейтинга редакций студентов по версии портала «НОС: наука, образование и студенчество» по причине большого количества публикаций и высоких охватов аудитории. СМИ представлено в социальных сетях «ВКонтакте» и «Телеграм», а также имеет пилотную версию 24-страничного печатного журнала с периодикой в 1 месяц.

В социальной сети Телеграм преобладает визуальный контент, самыми популярными форматами контента также являются публикации, содержащие фото и видео. В социальной сети «ВКонтакте» ситуация противоположна, преобладают публикации информационного характера, с небольшим отрывом от визуального контента [Рис.1]. Наибольшее количество просмотров также имеют публикации информационные. В целом, наибольшее количество публикаций отмечается именно в социальной сети Телеграм [Рис.2]. Журнал не подвергался аналитике, в связи с отсутствием выпуска на момент анализа. Большую аудиторию имеет аккаунт сообщества в соц.сети ВКонтакте.

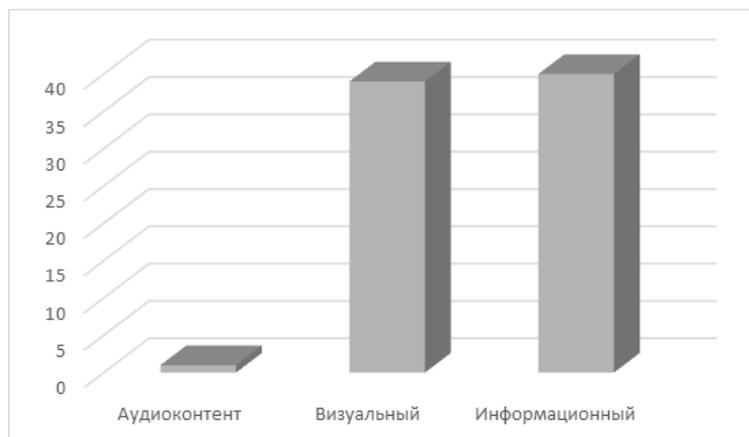


Рис. 1. количество публикаций в сообществе Молодёжь МГЮА|Информблок (социальная сеть ВКонтакте)

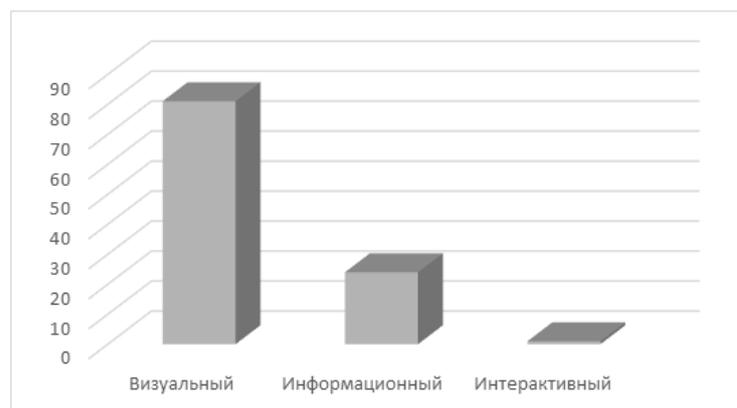


Рис. 2. количество публикаций в сообществе Молодёжь МГЮА|Информблок (социальная сеть Телеграм)

Первый аграрный медиациентр КубГАУ – настоящий оплот стабильности в рейтинге, так как в своём арсенале средств коммуникации ВУЗ имеет газету с 67-летней историей (выпускается с 1967 года) и трансляцию собственной передачи в эфире телеканала Россия 24. Самое многоканальное из анализируемых студенческих СМИ. Во всех каналах коммуникации данного СМИ преобладает визуальный контент, за исключением газеты, наиболее популярным контентом также являются фото-видео материалы. По

количеству аудитории первенство занимает газета с тиражом 3000 экземпляров, затем идёт соц.сеть Вконтакте [Рис.4], видеохостинг You Tube и соц.сеть Телеграм [Рис.3]. Аналитику газеты и просмотров на видеохостинге не выражаем в графическом формате, по причине полного совпадения контента с каналом коммуникации. Газета – представлена информационным контентом, передачи видеохостинга – визуальным.

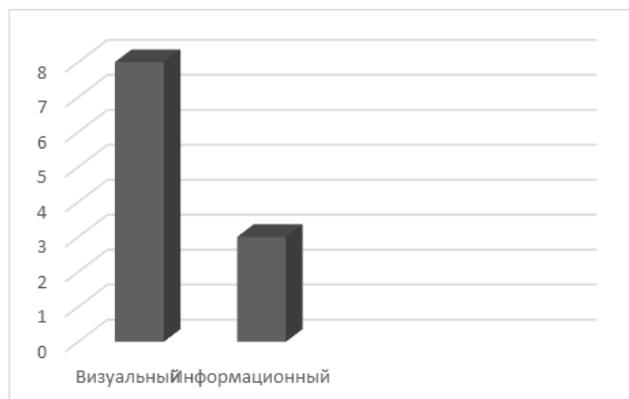


Рис. 3. количество публикаций в сообществе Первый аграрный медиацентр КубГАУ (социальная сеть Телеграм)

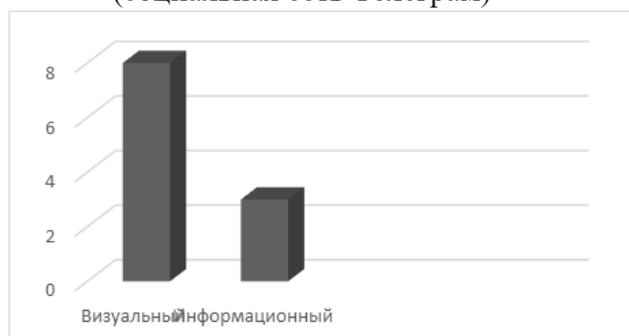


Рис. 4. количество публикаций в сообществе Первый аграрный медиацентр КубГАУ (социальная сеть Вконтакте)

SM Production – СМИ, с большим количеством наград в области студенческой журналистики, единственное из представленных имеет собственный сайт. Визуальный контент преобладает во всех каналах коммуникации с пользователем и является самым популярным по количеству просмотров и реакций. Самая высокая аудитория отмечается в социальной сети Вконтакте [Рис.6].

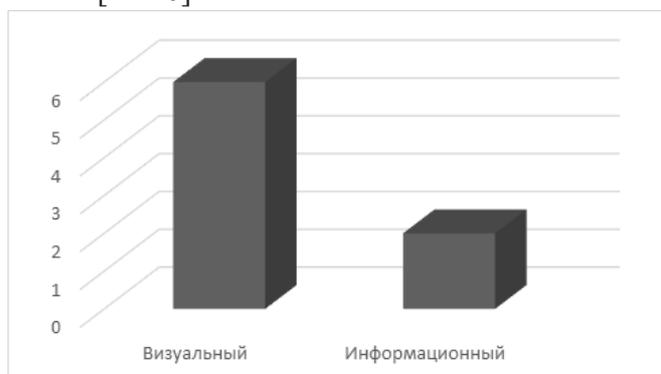


Рис. 5. Количество публикаций в сообществе SM Production (социальная сеть Телеграм)

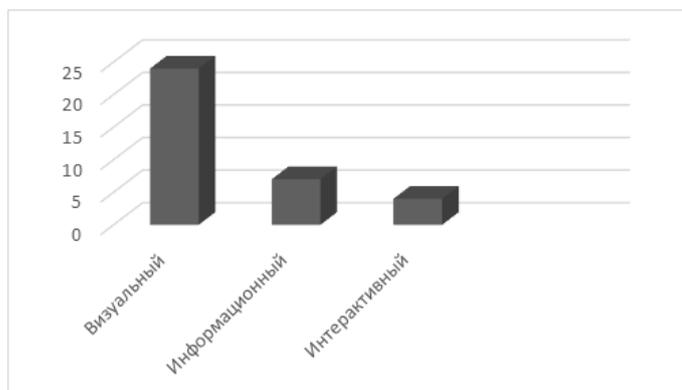


Рис. 6. Количество публикаций в сообществе SM Production (социальная сеть Вконтакте)

Голос ИРНИТУ – группа студенческого профкома, которая в рейтинге портала «НОС: наука, образование и студенчество» рассматривалась как СМИ, по охватам аудитории обгоняет сообщество медиацентра своего ВУЗа. Пример того, как при помощи использования коммуникативных технологий, обычная группа профессионального комитета студентов, перетекла в студенческое СМИ. Самая большая аудитория в социальной сети Вконтакте [Рис.7], там преобладает информационный контент, однако самым потребляемым является визуальный. В Телеграме ситуация обратная – преимущественно размещен информационный контент, и он же наиболее потребляем [Рис.8].

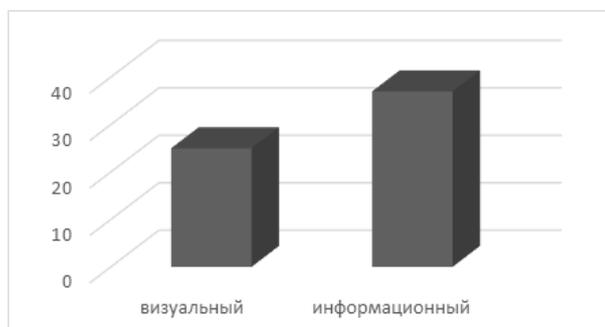


Рис. 7. Количество публикаций в сообществе Голос ИРНИТУ (социальная сеть Вконтакте)

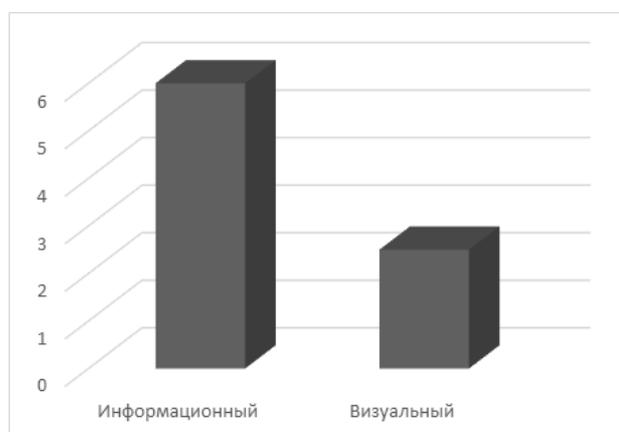


Рис. 8. Количество публикаций в сообществе Голос ИРНИТУ (социальная сеть Телеграм)

Первый МИЭТовский – студенческое СМИ, с наименьшим разветвлением каналов

коммуникации на фоне обилия студенческих медиасообществ ВУЗа и широкой его представленности в сети «Интернет». В социальных сетях также широко представлен информационный контент, он и является самым просматриваемым [Рис.9]. Не подвержены данные анализа Телеграм-канала, на фоне незначительной его активности на момент аналитики социальных сетей.

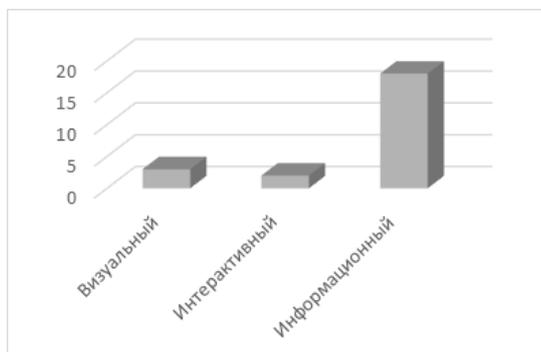


Рис. 9. Количество публикаций в сообществе Первый МИЭТовский (социальная сеть Вконтакте)

Таким образом, в каналах коммуникации с пользователем преобладает визуальный контент – фотоальбомы, графические карточки, короткие видеоролики, полноформатные репортажи с мероприятий. Также можно увидеть тенденцию конвергенции – кроссплатформенные контент для разных каналов коммуникации, объединение печатного СМИ с онлайн-редакцией, подготовка материалов для телевизионных редакций коллективом студенческой мультимедийной редакции. Появление новых каналов коммуникации, например перетекание формата редакции в социальных сетях в собственный сайт. Соотношение между текстами и другими форматами увеличивается в пользу мультимедийных продуктов. [Качкаева, 2010, с. 66]. Стоит обратить внимание на внедрение новых форм контента, например интерактивного общения с читателями в социальных сетях и публикации аудиоподкастов, данные форматы в изучаемых студенческих СМИ представлены меньше остального контента, но в будущем могут получить большее распространение.

Список литературы

1. Воскресенская, Н. Г. Контент-анализ в медиакommunikациях: учебнометод. пособие – Нижний Новгород, 2019 – 45 с. – URL: http://old.lib.unn.ru/students/src/Voskr_cont.pdf (дата обращения: 20.06.2024).
2. Геворгян, А.А. Молодёжные внутривузовские СМИ как типологический, медиаобразовательный и медиакommunikативный феномен в контексте развития эффективной медиасреды вуза: дис. ... канд. филол. наук. – Пятигорск, 2022 – 180с. – URL: http://www.science.vsu.ru/dissertations/10196/Диссертация_Геворгян_А.А..pdf#:~:text=Студенческие%20и%20вузовские%20средства%20массовой,тематически%20посвящен%20вопросам%20студенческой%20жизни (дата обращения: 20.06.2024).
3. Качкаева, А. Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / А. Г. Качкаева, И. В. Кирия, К. Г. Коломеец. – М., 2010. – 200 с. – URL: <https://www.newsman.tsu.ru/wp-content/uploads/2014/02/Журналистика-и-конвергенция.pdf> (дата обращения: 20.06.2024).

4. Олешко, Е. В. Конвергентная журналистика. Профессиональная культура субъектов информационной деятельности: учебное пособие. – Екатеринбург, 2015. – 128 с. – URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/36054/1/978-5-7996-1470-6_2015.pdf (дата обращения: 20.06.2024).

5. Саблин, Д. А. Деятельность студенческих СМИ как фактор социализации молодежи // Молодой ученый. – 2023. – № 26 (473). – С. 66-68. – URL: <https://moluch.ru/archive/473/104638/> (дата обращения: 20.06.2024).

6. Шестеркина, Л. П. Медiateкст в условиях конвергенции университетских СМИ (на материале экспериментальной площадки ТРК ЮУрГУ-ТВ) // Вестник СПГБУ 2010. – Сер. 9, выпуск 3. – С.260-263. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/mediatekst-v-usloviyah-konvergentsii-universitetskih-smi-na-materiale-eksperimentalnoy-ploschadki-trk-yuurgu-tv/viewer> (дата обращения: 20.06.2024).

Т. А. КАЗАНЦЕВА

Челябинский государственный университет
(Челябинск, Россия)

АВТО- И ГЕТЕРОСТЕРЕОТИПЫ О РОССИИ И РУССКИХ В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ МОЛОДЕЖИ И В СМИ

AUTO- AND HETERO- STEREOTYPES ABOUT RUSSIA AND RUSSIANS IN THE LINGUISTIC CONSCIOUSNESS OF YOUNG PEOPLE AND IN THE MEDIA

Аннотация

В статье рассматриваются авто- и гетеростереотипы в языковом сознании и в тексте СМИ. Цель работы – сопоставить закрепленное в языковом сознании молодежи стереотипное представление о России и русских с его отражением в российских и зарубежных СМИ. В статье дается характеристика авто- и гетеростереотипов и с опорой на материал русско- и англоязычных развлекательных статей СМИ вычленяются конкретные этностереотипные представления о России и русских. С помощью социолингвистического опроса, составленного на основе выявленных аспектов этностереотипного образа, автор обнаруживает важность учета социальных факторов при определении закрепленных за стереотипами вербальных форм.

Сопоставляя выявленные в результате опроса этностереотипные представления с их репрезентациями, вычлененными из материалов текстов СМИ, автор приходит к выводу, что искажение этностереотипов при их отражении в тексте СМИ зачастую связано с направленностью на интересность, а также желанием автора навязать читателю определенные установки, хотя само наличие искажений при репрезентации необязательно.

Abstract

The article deals with auto- and hetero- stereotypes in the linguistic consciousness and in the text of mass media. The aim of the paper is to compare the stereotypical image of Russia and Russians fixed in the linguistic consciousness of young people with its reflection in Russian and foreign mass media. The article characterizes auto- and heterostereotypes and, based on the material of Russian- and English-language entertainment media articles, identifies specific ethnostereotypical representations of Russia and Russians. Using a sociolinguistic survey based on the identified aspects of the ethnostereotypical image, the author reveals the importance of

taking into account social factors in determining the verbal forms assigned to stereotypes. Comparing the ethnostereotypical representations identified as a result of the survey with their representations extracted from media texts, the author concludes that the distortion of ethnostereotypes in their reflection in media texts is often related to the focus on interest, as well as the author's desire to impose certain attitudes on the reader, although the very presence of distortions in representation is not necessary.

Ключевые слова: этностереотип, автостереотип, гетеростереотип, репрезентация этностереотипа, публицистический текст, языковое сознание.

Keywords: ethnostereotype, autostereotype, heterostereotype, representation of ethnostereotype, publicistic text, linguistic consciousness.

Введение. Представления современного человека формируются во многом посредством СМИ — в том числе и представления о собственном и других этносах. Так, образы страны и народа активно транслируются в масс-медиа [3, С. 64], что позволяет распространять определенные установки сразу на большую часть этнической группы.

Данные взгляды называются этностереотипами, «схематичными стандартизованными образами» о представителях того или иного этноса, обычно эмоционально окрашенными и обладающими высокой устойчивостью [1, С. 247]. Воспринимая мир в соответствии с ценностями родной культуры, человек ощущает свою отличность от представителей других этнических групп [2, С. 187.] — такое противопоставление «своих» «чужим» лежит в основе разделения представлений членов конкретного этноса на представления о самих себе и на представления о других этносах, что является определениями авто- и гетеростереотипов соответственно [3, С. 64.].

Однако первично, до закрепления в тексте, стереотипы отражаются в языковом сознании представителей какого-либо этноса, ассоциируясь у человека с определенными словами и высказываниями. Данные вербальные ассоциации и отражаются после в тексте, оказываясь под влиянием стиля, из-за чего закрепленный в языковом сознании этностереотип может расходиться с его трактовкой. По этой причине необходимо сопоставление репрезентированных в СМИ авто- и гетеростереотипов о России и русских с теми же авто- и гетеростереотипами, закрепленными в языковом сознании.

Выявление репрезентаций авто- и гетеростереотипов о России и русских в СМИ. Этностереотипы используются автором публицистического текста с целью воздействия на читателя — именно авторская установка и определяет характер репрезентации авто- и гетеростереотипов как элементов текста СМИ. Продемонстрировать это можно путем выявления конкретных репрезентаций авто- и гетеростереотипов о России и русских в публицистическом тексте. Так, автостереотипы отбирались из статей развлекательного характера русскоязычной интернет-платформы СМИ Lenta.ru за 2019 год, а гетеростереотипы — из переведенных на русский язык и размещенных на сайтах «ИноТВ» и «ИноСМИ» англоязычных статей развлекательного характера зарубежных интернет-платформ СМИ за тот же период.

Из отобранных и проанализированных 40 статей удалось выделить следующие этностереотипы о России и русских, касающиеся трех аспектов стереотипного образа:

1) особенности поведения и характера, склонности (креативность и смекалистость, склонность к употреблению алкоголя, любовь к чаю, гостеприимность, скупость на проявление положительных эмоций, нетактичность и невоспитанность, устойчивость к холоду, расточительство, доброта и простота, великодушие, привлекательность женщин);

2) географические и климатические особенности, русская природа (суровость природы, сильные морозы, наличие «глуши» и отдаленных «глубинок»);

3) историко-культурные особенности, специфика традиций (невысокий уровень жизни, консервативное общественное сознание, тоталитарное прошлое, высокий уровень преступности, безнаказанность преступников, развитая культура, уникальные традиции).

Многие из выявленных этностереотипов имели различную окраску в рамках авто- и гетеропредставлений.

Выявление авто- и гетеростереотипов о России и русских в языковом сознании молодежи. Для выявления авто- и гетеростереотипов о России и русских в языковом сознании молодежи был применен метод социолингвистического онлайн-опроса, составленного на материалах исследования репрезентаций.

Проведенный с 23 по 30 декабря 2023 года путем распространения ссылки в вузах города Челябинска опрос был адресован русско- и иноязычным респондентам и состоял из 11 вопросов, направленных на выяснение того, согласен ли опрошиваемый с теми высказываниями, которые были отражены в СМИ, разделяет ли заключенные в них стереотипные представления и какую эмоциональную оценку придает некоторым из них. С целью большей конкретизации результатов круг респондентов был сужен введением возрастных рамок (респонденты должны входить в категорию молодежи, то есть быть не старше 35 лет), а для большей дифференциации ответов были использованы вопросы о принадлежности респондента к определенной возрастной группе и времени его проживания на территории России (подробные результаты опроса приведены в Приложении).

Анализ результатов опроса показал, что в языковом сознании большинства русскоязычных респондентов не были отражены представления о нетактичности русских (менее 10%); довольно распространенными (50% и более) оказались представления о сильных морозах, «глубинках», креативности, доброте, привлекательности русских женщин, невысоком уровне жизни, консервативном общественном сознании, тоталитарном прошлом, развитой культуре и уникальных традициях; остальные представления нашли нечастое отражение в языковом сознании русских (10%–49%).

В языковом сознании большинства иноязычных респондентов тоже не были отражены представления о нетактичности, а также о расточительстве русских (менее 10%). Наиболее распространенные представления связаны с сильными морозами, склонностью к употреблению алкоголя, привлекательностью русских женщин, развитой культурой и уникальными традициями (50% и более); остальные же представления нечасто встречались в языковом сознании иностранцев (10%–49%). Соответственно, закреплённая в языковом сознании русскоязычных стереотипная картина о самих себе оказалась более многогранной и обширной, нежели у иноязычных, что соответствует особенностям автостереотипного представления.

При этом и авто-, и гетеростереотипные представления неоднородны: в них могут появляться основанные на социальных характеристиках размежевания взглядов. Так, благодаря введенной в исследование категории возраста стало ясно, что в определенных возрастных группах могут быть более или менее распространены какие-либо стереотипные представления и закреплённые за ними вербальные формы и эмоциональная окраска. Например, для гетеропредставлений оказалась важна еще степень ознакомленности со стереотипируемым этносом, выявленная при введении категории времени проживания на территории России: подтвердилось, что проживавшие на территории страны иностранцы оценивают стереотипируемый этнос более позитивно и многогранно в силу владения большими знаниями о нем.

Соответственно, трудно говорить о только негативной или только о позитивной эмоциональной окраске стереотипа — его трактовка может меняться в зависимости от среды его распространения, в силу чего необходимо учитывать и различные социальные факторы.

Выводы. Сопоставление закрепленного в языковом сознании молодежи стереотипного представления о России и русских с его оценкой и репрезентацией в российских и зарубежных СМИ. Этностереотип, первично закрепленный в языковом сознании, зачастую искажается, преломляясь в публицистическом тексте (как, вероятно, и в тексте вообще). Так, например, текст СМИ (особенно распространенный на новостных платформах) отличается лаконизмом: в нем автор отражает не весь этностереотипный образ, а лишь отдельную его составляющую. В силу такой акцентуации отдельных черт вербальная форма авто- и гетеростереотипов, отраженных в тексте СМИ, в сравнении с ее закрепленным в языковом сознании вариантом предстает лишенной ассоциативных связей с другими составляющими этностереотипного образа.

И даже при репрезентации в тексте целого комплекса черт, порой даже разноаспектных, что демонстрировалось в нескольких анализируемых статьях, автор редко может отразить весь спектр качеств этноса, заключенный в языковом сознании. При этом и такие комбинации черт не находили идентичных отражений в ответах респондентов.

Еще один формат искажения объясняется нацеленностью на интересность самих СМИ и публицистического текста, влияние которой было подтверждено при сопоставлении. Так, например, русскоязычные респонденты редко соглашались с автостереотипом о частом употреблении алкоголя и большей частью рассматривали его в негативной коннотации, в то время как в русскоязычных статьях данное представление стало неким «инфоповодом» и тиражировалось весьма часто, нередко — с положительной коннотацией. То же преувеличение произошло и с автостереотипом об устойчивости русских к холоду, который транслировался как переносной, но не оказался популярным ни в русско-, ни в иноязычной аудитории. Таким образом, репрезентированные в публицистическом тексте авто- и гетеростереотипы могут быть истолкованы превратно, а их роль — гиперболизирована, если это может обеспечить интересность текста.

При этом стоит заметить, что автор может быть не заинтересован в репрезентации каких-либо стереотипов, если это не соответствует замыслу текста: например, более чем половина русскоязычных респондентов согласна с утверждениями о невысоком уровне жизни в России, ее тоталитарном прошлом и консервативном общественном сознании, однако ни в одной из рассматриваемых статей русскоязычной публицистики это отражено не было, вероятно, в силу вполне закономерного нежелания автора создавать негативный образ собственного этноса.

Искажение происходит еще и во исполнение функции программирования: так, например, авторы англоязычных статей транслируют негативно окрашенные стереотипы об общественных и историко-культурных особенностях России — при том, что в языковом сознании иноязычных респондентов данные утверждения практически не закреплены. В данном случае можно говорить о целенаправленном «навязывании» этих характеристик читателю. В русскоязычной публицистике такое тоже наблюдается: некоторые статьи были направлены на романтизацию и распространение представлений о суровости природы, в то время как в языковом сознании русскоязычных респондентов высказывание на этот счет находило нечастый отклик. В таких случаях подтверждается мысль о сознательной популяризации определенных авто- и гетеростереотипов с целью внушения читателю каких-либо установок.

При этом стоит заметить и то, что ряд репрезентированных в СМИ этностереотипов не подвергся явным искажениям и вполне соотносим с закрепленными в языковом сознании вербальными формами: это коснулось прежде всего стереотипов о привлекательности русских женщин, развитости культуры, уникальных традициях, которые действительно оказались закрепленными в языковом сознании как среди русско-, так среди и иноязычных респондентов.

Схожесть закрепленных в языковом сознании этностереотипов с их репрезентациями связана еще и с выявленной некоторой зависимостью закрепленности в языковом сознании этностереотипа и его эмоциональной оценки от социальных характеристик представителей этноса: целевая аудитория текста СМИ тоже нередко объединена какими-либо социальными признаками (пол, возраст и т.д.), что потенциально является одним из факторов, влияющих на характер репрезентации стереотипного представления. Кроме того, и сам автор текста принадлежит к каким-либо социальным группам: транслируемые им этностереотипы и особенности их вербального выражения также могут быть зависимыми от этого.

Такая потенциальная зависимость может быть продемонстрирована соотносимостью оценки одного и то же представления в рамках авто- и гетеростереотипов среди носителей языкового сознания и в тексте СМИ: можно предположить, что выдвижение в тексте СМИ, например, переносного автостереотипа о расточительстве русских связано именно с возрастными характеристиками целевой аудитории, ведь опрос показал, что высказывание об этой черте близко в основном русскоязычным респондентам в возрасте 26–35 лет.

Таблица 1.

Процентное соотношение ответов русскоязычных и иноязычных респондентов

Родной язык респондентов		Родным языком является русский	Родным является не русский язык
С какими по эмоциональной окраске характеристиками русских и России вы сталкиваетесь в речи окружающих чаще всего? (позитивную / негативную)		67% / 33%	67% / 33%
С какими из приведенных высказываний о климате, географии и природе России вы согласны?	Природа России сурова	38%	41%
	Для климата России характерны сильные морозы	67%	60%
	России свойственны отдаленные от крупных городов «глубинки»	78%	23%
	Территории России свойственны «глушь», «дремучие» леса	37%	23%
	Я не разделяю ни одно из этих представлений	1%	7%
Какую эмоциональную окраску вы придаете стереотипам о суровости климата России? (позитивную / негативную)		84% / 16%	80% / 20%
С какими из приведенных высказываний об особенностях характера, поведения и традиций русских вы согласны?	Русские — креативный народ, которому свойственны острый ум и смекалка	61%	42%
	Русские склонны к частому употреблению алкоголя	34%	57%
	Русские пьют много чая	34%	37%
	Русские — крайне гостеприимный народ	38%	33%
	Русские скупы на проявление положительных эмоций	40%	30%
	Русские — нетактичный и невоспитанный народ	10%	3%
	Русские устойчивы к холоду	44%	47%
	Русские склонны к расточительству	17%	6%
	Русские — «рубаха-парни», умеющие веселиться	34%	23%
	Русские — добрый народ, обладающий «широкой души»	63%	37%
	Русские женщины отличаются ухоженностью и привлекательностью	62%	53%
Я не разделяю ни одно из этих представлений		0%	0%

Какую эмоциональную окраску вы придаете стереотипам о креативности русских, их смекалке? (позитивную / негативную)		90% / 10%	93% / 7%
Какую эмоциональную окраску вы придаете стереотипам о склонности русских к частому употреблению алкоголя? (позитивную / негативную)		24% / 76%	57% / 43%
С какими из приведенных высказываний об историко-культурных и общественных особенностях России вы согласны?	В России невысокий уровень жизни	51%	13%
	Россияне обладают консервативным общественным сознанием	56%	47%
	В России распространена безнаказанность преступников	38%	10%
	Россия — страна с тоталитарным прошлым	51%	37%
	В России высокий уровень преступности	32%	13%
	Россия — страна с развитой культурой	71%	63%
	Россия обладает уникальными традициями	74%	70%
	Я не разделяю ни одно из этих представлений	0%	3%

Таблица 2.

Процентное соотношение ответов иноязычных респондентов, проживающих на территории России до 3 лет, и ответов иноязычных респондентов, никогда не проживавших на территории России

Срок проживания на территории России		До 3 лет	Никогда не проживал(-а) на территории России
С какими по эмоциональной окраске характеристиками русских и России вы сталкиваетесь в речи окружающих чаще всего? (позитивную / негативную)		81% / 19%	57% / 43%
С какими из приведенных высказываний о климате, географии и природе России вы согласны?	Природа России сурова	38%	57%
	Для климата России характерны сильные морозы	75%	36%
	России свойственны отдаленные от крупных городов «глубинки»	13%	43%
	Территории России свойственны «глушь», «дремучие» леса	19%	21%
	Я не разделяю ни одно из этих представлений	0%	14%
Какую эмоциональную окраску вы придаете стереотипам о суровости климата России? (позитивную / негативную)		87% / 13%	65% / 35%
С какими из приведенных высказываний об особенностях характера, поведения и традиций русских вы согласны?	Русские — креативный народ, которому свойственны острый ум и смекалка	44%	43%
	Русские склонны к частому употреблению алкоголя	50%	64%
	Русские пьют много чая	56%	14%
	Русские — крайне гостеприимный народ	38%	29%
	Русские скупы на проявление положительных эмоций	25%	36%
	Русские — нетактичный и невоспитанный народ	0%	7%
	Русские устойчивы к холоду	56%	36%
	Русские склонны к расточительству	0%	14%
	Русские — «рубаха-парни», умеющие веселиться	13%	36%
	Русские — добрый народ, обладающий «широтой души»	44%	29%
	Русские женщины отличаются ухоженностью и привлекательностью	63%	43%
Я не разделяю ни одно из этих представлений		0%	0%

Какую эмоциональную окраску вы придаете стереотипам о креативности русских, их смекалке? (позитивную / негативную)	94% / 6%	93% / 7%	
Какую эмоциональную окраску вы придаете стереотипам о склонности русских к частому употреблению алкоголя? (позитивную / негативную)	50% / 50%	57% / 43%	
С какими из приведенных высказываний об историко-культурных и общественных особенностях России вы согласны?	В России невысокий уровень жизни	6%	21%
	Россияне обладают консервативным общественным сознанием	50%	43%
	В России распространена безнаказанность преступников	6%	14%
	Россия — страна с тоталитарным прошлым	25%	50%
	В России высокий уровень преступности	0%	29%
	Россия — страна с развитой культурой	69%	57%
	Россия обладает уникальными традициями	75%	64%
	Я не разделяю ни одно из этих представлений	0%	7%

Таблица 3.

Процентное соотношение ответов русскоязычных респондентов разных возрастов

Возраст респондентов	16–18 лет	19–25 лет	26–35 лет	
С какими по эмоциональной окраске характеристиками русских и России вы сталкиваетесь в речи окружающих чаще всего? (позитивную / негативную)	50% / 50%	66% / 34%	68% / 32%	
С какими из приведенных высказываний о климате, географии и природе России вы согласны?	Природа России сурова	50%	39%	32%
	Для климата России характерны сильные морозы	25%	68%	74%
	России свойственны отдаленные от крупных городов «глубинки»	50%	85%	63%
	Территории России свойственны «глушь», «дремучие» леса	0%	37%	42%
	Я не разделяю ни одно из этих представлений	0%	0	5%
Какую эмоциональную окраску вы придаете стереотипам о суровости климата России? (позитивную / негативную)	100%	83% / 175	89% / 11%	
С какими из приведенных высказываний об особенностях характера, поведения и традиций русских вы согласны?	Русские — креативный народ, которому свойственны острый ум и смекалка	50%	66%	47%
	Русские склонны к частому употреблению алкоголя	25%	41%	26%
	Русские пьют много чая	0%	31%	47%
	Русские — крайне гостеприимный народ	0%	32%	63%
	Русские скупы на проявление положительных эмоций	75%	39%	37%
	Русские — нетактичный и невоспитанный народ	0%	10%	11%
	Русские устойчивы к холоду	25%	39%	58%
	Русские склонны к расточительству	0%	14%	32%
	Русские — «рубаха-парни», умеющие веселиться	0%	37%	37%
	Русские — добрый народ, обладающий «широтой души»	50%	64%	58%
	Русские женщины отличаются ухоженностью и привлекательностью	50%	64%	59%
Я не разделяю ни одно из этих представлений	0%	0%	0%	
Какую эмоциональную окраску вы придаете стереотипам о креативности русских, их смекалке? (позитивную / негативную)	100% / 0%	92% / 8%	90% / 10%	

Какую эмоциональную окраску вы придаете стереотипам о склонности русских к частому употреблению алкоголя? (позитивную / негативную)		75% / 25%	24% / 76%	16% / 84%
С какими из приведенных высказываний об историко-культурных и общественных особенностях России вы согласны?	В России невысокий уровень жизни	50%	56%	42%
	Россияне обладают консервативным общественным сознанием	25%	51%	74%
	В России распространена безнаказанность преступников	25%	42%	32%
	Россия — страна с тоталитарным прошлым	25%	56%	42%
	В России высокий уровень преступности	25%	34%	26%
	Россия — страна с развитой культурой	50%	71%	63%
	Россия обладает уникальными традициями	50%	73%	84%
	Я не разделяю ни одно из этих представлений	0%	0%	0%

Таблица 4.

Процентное соотношение ответов иноязычных респондентов в возрасте от 19 до 25 лет и в возрасте от 26 до 35 лет

Возраст респондентов		19–25 лет	26–35 лет
С какими по эмоциональной окраске характеристиками русских и России вы сталкиваетесь в речи окружающих чаще всего? (позитивную / негативную)		75% / 25%	65% / 35%
С какими из приведенных высказываний о климате, географии и природе России вы согласны?	Природа России сурова	58%	41%
	Для климата России характерны сильные морозы	58%	53%
	России свойственны отдаленные от крупных городов «глубинки»	17%	35%
	Территории России свойственны «глушь», «дремучие» леса	17%	24%
	Я не разделяю ни одно из этих представлений	8%	7%
Какую эмоциональную окраску вы придаете стереотипам о суровости климата России? (позитивную / негативную)		83% / 17%	71% / 29%
С какими из приведенных высказываний об особенностях характера, поведения и традиций русских вы согласны?	Русские — креативный народ, которому свойственны острый ум и смекалка	58%	35%
	Русские склонны к частому употреблению алкоголя	33%	71%
	Русские пьют много чая	42%	35%
	Русские — крайне гостеприимный народ	42%	29%
	Русские скупы на проявление положительных эмоций	8%	41%
	Русские — нетактичный и невоспитанный народ	8%	0%
	Русские устойчивы к холоду	42%	53%
	Русские склонны к расточительству	8%	7%
	Русские — «рубаха-парни», умеющие веселиться	8%	35%
	Русские — добрый народ, обладающий «широтой души»	33%	41%
	Русские женщины отличаются ухоженностью и привлекательностью	42%	65%
Я не разделяю ни одно из этих представлений	0%	0%	
Какую эмоциональную окраску вы придаете стереотипам о креативности русских, их смекалке? (позитивную / негативную)		92% / 8%	93% / 7%
Какую эмоциональную окраску вы придаете стереотипам о склонности русских к частому употреблению алкоголя? (позитивную / негативную)		67% / 33%	47% / 53%

С какими из приведенных высказываний об историко-культурных и общественных особенностях России вы согласны?	В России невысокий уровень жизни	25%	7%
	Россияне обладают консервативным общественным сознанием	25%	59%
	В России распространена безнаказанность преступников	0%	18%
	Россия — страна с тоталитарным прошлым	17%	53%
	В России высокий уровень преступности	8%	18%
	Россия — страна с развитой культурой	58%	65%
	Россия обладает уникальными традициями	75%	71%
	Я не разделяю ни одно из этих представлений	0	7%

Список литературы

1. Кожемякина, В. А. Словарь социолингвистических терминов : словарь / В. А. Кожемякина, Н. Г. Колесник, Т. Б. Крючкова, О. С. Парфенова, Ю. В. Трушкова. – М. : Российская академия наук. Институт языкознания. Российская академия лингвистических наук, 2006. – 312 с.
2. Лукьященко, И. Е. Национальный характер и теория стереотипов // Вестник Кыргызско-Российского славянского университета. – 2017. – № 9 (17). – С. 187–190.
3. Патутина, К. А. Формирование этнического стереотипа // Вестник научного общества студентов, аспирантов и молодых ученых. – 2019. – № 1. – С. 63–67.

О. А. КАРПЕНКО

АО «Самарагорэнергосбыт»
(Самара, Россия)

ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СОЦИАЛЬНОГО И КУЛЬТУРНОГО СЕМЕЙНОГО ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА И ПОТЕНЦИАЛА В СВЕТЕ СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

FEATURES OF INTERACTION OF SOCIAL AND CULTURAL FAMILY HUMAN CAPITAL AND POTENTIAL IN THE LIGHT OF MODERN MEDIA COMMUNICATION

Аннотация

В современных исследованиях о человеческом капитале проводится сравнительно малое количество исследований о семейном человеческом капитале и в особенности его подвидов – социального и культурного семейного человеческого капитала. В данной работе рассматривается семейный человеческий капитал и потенциал в общем виде. Рассматриваются его подвиды – социальный и культурный семейный человеческий капитал и потенциал, особенности их взаимодействия и развития в современной экономике и социуме. Наряду с этим рассматриваются процессы взаимодействия людей, которые составляют социальный и культурный семейный человеческий потенциал и капитал в современном медианпространстве и особенности их современных коммуникаций. Внимание уделяется особенностям внутрисемейного и межсемейного взаимодействия людей, задействию бабушек и дедушек в общении с детьми и внуками и их участию в социальных и культурных мероприятиях.

Abstract

In modern research on human capital, a relatively small amount of research is carried out on family human capital and in particular its subtypes - social and cultural family human capital. This paper examines family human capital and potential in general terms. Its subtypes are considered - social and cultural family human capital and potential, features of their interaction and development in the modern economy and society. Along with this, the processes of interaction between people that make up the social and cultural family human potential and capital in the modern media space and the features of their modern communications are considered. Attention is paid to the peculiarities of intra-family and inter-family interaction between people, the involvement of grandparents in communicating with children and grandchildren and their participation in social and cultural events.

Ключевые слова: *семейный человеческий капитал и потенциал, семейный социальный капитал и потенциал, семейный культурный капитал и потенциал, медианпространство, медиакоммуникация.*

Keywords: *family human capital and potential, family social capital and potential, family cultural capital and potential, media space, media communication.*

В исследованиях о человеческом капитале очень мало упоминаний о коллективном человеческом капитале, и мало рассматривается семейный человеческий капитал [Карпович, 2018; Локосов, 2014; Матершева, 2006] Вопрос о семейном капитале и его понятие иногда рассматривается только в отношении витального капитала [Варавва, 2016].

В связи с этим в данной работе считаем возможным предпринять попытку исследования вопросов, связанных с семейным человеческим капиталом и потенциалом.

Человеческий капитал и потенциал может выступать в индивидуальной и коллективной формах. Коллективная форма человеческого капитала и потенциала может быть представлена семейным человеческим капиталом и потенциалом [Карпенко, Левченко, 2023].

Семейный человеческий капитал и потенциал – это коллективный человеческий капитал и потенциал семьи. Он также представляет собой стоимость, авансированную в развитие знаний, умений, навыков и т.д., способных в будущем приносить доход.

Понятие семейного человеческого капитала и потенциала может быть применимо как к узкому кругу семьи, так и к расширенному кругу семьи, включая бабушек и дедушек, двоюродных и троюродных семей.

Семейный человеческий капитал и потенциал делится по подвидам человеческого капитала. Различают интеллектуальный, инновационный, предпринимательский, организационный, социальный, культурный, духовный, витальный семейный человеческий капитал и потенциал [Карпенко, Левченко, 2024].

В целях исследования коммуникационных процессов, рассмотрим более подробно социальный и культурный подвиды семейного человеческого капитала и потенциала.

Социальный семейный человеческий капитал также гораздо больше, шире и богаче, чем социальный капитал отдельного человека. Он состоит из социальных капиталов каждого члена семьи, их взаимодействия и объединения.

Социальный семейный человеческий капитал являет собой совокупность социальных капиталов членов семьи и стоимость социальных связей, контактов и отношений, способных к принесению дохода.

Отметим особенности социального семейного капитала и потенциала:

- Взаимное обогащение связями и контактами каждого члена семьи,
- Появление новых контактов и связей благодаря участию в общении членов семьи,
- Высокая роль внутрисемейного общения и взаимодействия,

- Высокая роль общения и взаимодействия семьи с внешним миром,
- Обогащение друг друга социальными связями и социальным опытом,
- Развитие семьи и социального семейного капитала в общении и в отношениях как внутрисемейных, так и с внешним миром,
- Развитие семьи и социального семейного капитала в социальной и общественной деятельности и др.

Отметим основные современные тенденции развития социального семейного капитала и потенциала [Карпенко, 2022]:

- ♦ Созидательное положительное и конструктивное общение как внутри семьи, так и особенно – за ее пределами, с внешним миром,
- ♦ Общение, социальная и общественная деятельность семьи в обществе,
- ♦ Участие родителей, а также бабушек и дедушек в социализации детей и подростков,
- ♦ Участие семей в общественных мероприятиях различного характера: трудовых, культурных, социальных и др.

Таким образом, можно заключить, что доминирующим трендом развития семейного социального капитала и потенциала является взаимодействие между членами внутри семьи и обогащение социальными связями и опытом, так и взаимодействие и общение членов семьи с внешним миром с завязываем и поддержанием новых контактов и связей.

Культурный семейный капитал аналогичным образом представляет собой совокупность культурных капиталов членов семьи. Это также совокупная стоимость культурных знаний и способностей, культурных особенностей поведения и интеллигентности всех членов семьи, способных к принесению дохода, его увеличению и появлению потенциальной возможности его получения.

Определим особенности культурного семейного капитала и потенциала:

- Развитие с учетом мнений, советов, наставлений других членов семьи,
- Передача опыта и своих знаний более старших членов и развитие младших с его учетом,
- Более высокий уровень конфликтности в связи с различием культур, вкусов, культурных предпочтений и представлений между поколениями,
- Развитие сопряжено с постоянным общением,
- Развитие идет разностороннее и всесторонне, рассматриваются различные направления в культуре,
- Различие культурных вкусов в семье, а также возможная их общность,
- Возможны как сильные конфликты, так и взаимное обогащающее совместное развитие,
- Обучение и повышение культурного уровня в различных направлениях,
- Творчество и искусство, возможно совместное и др.

Наряду с этим, выявим основные современные тенденции развития культурного семейного капитала и потенциала [Карпенко, Левченко, 2023]:

- ♦ Общение и способствование повышению культурного уровня и развития каждого члена семьи,
- ♦ Участие семей в общественных культурных мероприятиях,
- ♦ Участие родителей, а также бабушек и дедушек в повышении культурного уровня детей,
- ♦ Совместное обучение различным видам культуры и искусства,
- ♦ Развитие в процессе просмотра фильмов, концертов, выставок, спектаклей и т.д.,
- ♦ Совместные семейные путешествия с культурной программой других народов, местностей и стран, познавательный семейный туризм,

- ♦ Совместное участие в арт-занятиях, культурных и творческих мероприятиях и т.д.

В итоге можно констатировать, что ключевой тенденцией современного развития семейного культурного капитала и потенциала является совместное общение, повышение культурного уровня и культурной грамотности, посещение различных культурных мероприятий, совместные занятия творчеством.

Социальный и культурный подвиды человеческого семейного капитала - это те подвиды, в которых максимально проявлено взаимодействие людей между собой, как внутри семьи в межсемейных отношениях, так и вовне, в рабочих и дружеских, приятельских коммуникациях.

Отметим особо тот факт, что современные процессы общения и взаимодействия людей, как внутри семьи, так и вовне, происходят во многом при участии современных коммуникационных технологий, медиа- и интернет-технологий. Особенно это заметно для культурного капитала, где при общении, например, с людьми из других стран, активно используется фото, видео, медиа-контент и т.д.

Это накладывает отпечаток на процессы общения и формирует свои особенности современного общения, среди которых:

- более быстрое общение, мгновенное отправление сообщений и документов,
- большой поток информации и запросов,
- одновременное общение с несколькими и многими людьми в группах,
- снижение времени на отдых, общение и работа в личное время,
- в рабочей документации, и в простом общении присутствует большой объем медиа-файлов, фотографий, презентаций и т.п.

Современные коммуникации в целом при всех своих достоинствах быстроты взаимодействия, полноты информации и других аспектах, часто приводят к негативным психологическим моментам: накоплению раздражения, отсутствию спокойствия, снижению времени сна, досуга и отдыха, снижению памяти и внимания за счет большого потока информации и т.п. Все это приводит к снижению у человека мотивации к общению и деятельности и желанию отдыха, дистанцирования от такой работы и общения.

Итак, мы видим, что взаимодействие людей, их семейных социальных и культурных подвидов человеческого капитала сегодня происходит в режиме повышенного общения и потока информации, который влияет как позитивно, так и негативно на указанные процессы.

Список литературы

1. Варавва, М. Ю. Витальные ресурсы российского человеческого капитала: индикаторы состояния, факторы формирования и тренды развития // Вестник НГУЭУ. – 2016. № 4. – С. 238 – 252.
2. Карпенко, О. А. Развитие подвидов человеческого капитала в современной экономике // Ключевые позиции и точки развития экономики и промышленности: наука и практика. Материалы II Международной научно-практической конференции. – Липецк, 2022. – С. 213-217
3. Карпенко, О. А. Взаимосвязь и взаимодействие отдельных подвидов в составе человеческого капитала / О. А. Карпенко, Л. В. Левченко. – М., 2024. – 110 с.
4. Карпенко О. А. Институт семьи как один из факторов духовного и интеллектуального развития человека / О. А. Карпенко, Л. В. Левченко // Психологическое благополучие субъектов образования. сборник научных материалов. – Ярославль, 2023. – С. 108-116.
5. Карпенко, О. А. Развитие основных подвидов человеческого капитала в условиях современной экономики / О. А. Карпенко, Л. В. Левченко // Технологические инновации

и научные открытия. Сборник трудов по материалам XII Международного конкурса научно-исследовательских работ. – Уфа, 2023. – С. 165-174.

6. Карпович, Н. Н. Состояние многодетной семьи в аспекте формирования социального капитала // Социология. – 2018. № 1. – С. 235 – 238.

7. Локосов, В. В. Качество населения как основной фактор системной модернизации российского общества // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2014. № 6(36). С. 100–109.

8. Матершева, В. В. Институт семьи: формирование и развитие человеческого капитала // Вестник ВГУ, Серия: Экономика и управление. 2006. № 2. URL: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/econ/2006/02/2006-02-23.pdf> (дата обращения 08.05.2024)

Г. В. ЛОШАК

Южный федеральный университет
(Ростов-на-Дону, Россия)

ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ СУДЕБНОГО ДИСКУРСА ДЖ. ДЕППА В ХОДЕ ПРОЦЕССА О ДИФФАМАЦИИ ПРОТИВ Э. ХЕРД

PRAGMATIC FUNCTIONS OF J. DEPP'S TRIAL DISCOURSE IN THE CONTEXT OF THE DEFAMATION CASE AGAINST A. HEARD

Аннотация

Данная статья посвящена анализу прагматических функций судебного дискурса Дж. Деппа на примере разбирательства по делу о клевете против Э. Херд. За основу исследования была взята теория языковой личности, предложенная Ю.Н. Карауловым. Проведенный анализ шести прагматических функций дискурса актера вносит вклад в исследование прагматического уровня его языковой личности. Согласно результатам исследования, судебный дискурс Дж. Деппа характеризуется активным использованием стилистической, кумулятивной, директивной и оценочной функций для создания образа жертвы ложных обвинений. Хотя частотность применения резюмирующей и контактоустанавливающей функций ниже, они также способствуют стратегической коммуникации во время судебного процесса. В результате, актеру удается создать имидж жертвы и убедить присяжных в своей невиновности.

Abstract

This article is devoted to the analysis of pragmatic functions of J. Depp's trial discourse on the example of the defamation case against A. Heard. The research is based on the theory of linguistic personality proposed by Yu.N. Karaulov. The conducted analysis of six pragmatic functions of J. Depp's discourse contributes to the study of the pragmatic level of his linguistic personality. According to the results of the research, J. Depp's trial discourse is characterized by the active use of stylistic, cumulative, directive and evaluative functions to create the mindset of a victim of false accusations. Although the frequency of use of summarizing and contact-establishing functions is lower, they also contribute to the strategic communication during the trial. As a result, the actor manages to create the image of a victim and convince the jury of his innocence.

Ключевые слова: прагматическая функция, языковая личность, прагматический уровень, прагматика, судебный дискурс, Джонни Депп, языковые средства выразительности.

Keywords: pragmatic function, linguistic personality, pragmatic level, pragmatics, trial discourse, Johnny Depp, linguistic means.

Антропоцентрическая парадигма, выдвигающая на первый план роль человека как активного субъекта речевого процесса, господствует в лингвистике с конца XIX века. Как следствие, концепция “языковой личности” распространилась во всем мировом научном сообществе. Хотя зарубежная лингвистика и внесла значительный вклад в развитие теории языковой личности, наиболее подробно это понятие изучается в рамках отечественной лингвистической традиции.

Понятие “языковая личность” получило широкое распространение благодаря труду Ю. Н. Караулова “Русский язык и языковая личность” (1987) [Караулов, 2010]. В настоящей работе, вслед за Ю. Н. Карауловым, языковая личность определяется как “совокупность (и результат реализации) способностей к созданию и восприятию речевых произведений (текстов)” [Караулов, 2010, с. 245]. На основе этого определения автором была описана трехуровневая модель языковой личности, включающая в себя вербально-семантический, лингвокогнитивный и прагматический уровни. Если вербально-семантический уровень сосредоточен на словарном запасе человека, а лингвокогнитивный фокусируется на концептах, отражающих мировоззрение говорящего, то прагматический уровень охватывает ценностные, моральные, социокультурные и прагматические аспекты языка говорящего. Прагматический уровень также представляет собой мотивы, намерения, установки, лежащие в основе выбора языковых единиц отдельным человеком [Караулов, 2010, с. 88]. Для того чтобы провести анализ прагматического уровня, необходимо рассмотреть одну из основных единиц и категорий прагматики – прагматическую функцию.

Прагматическая функция языка, входящая в состав коммуникативной функции, обозначает “целенаправленное воздействие языкового знака на адресата в той или иной коммуникативной ситуации” [Карповская, 2017, с. 31]. Среди ее видов выделяют стилистическую, кумулятивную, директивную, обобщающую, оценочную, контактоустанавливающую функции:

1. Стилистическая функция передает коннотативные особенности языковых единиц дискурса.

2. Кумулятивная функция отражает опыт народа, его историю, материальные и духовные культурные ценности.

3. Директивная функция напрямую воздействует на личность, выражает ее жизненные принципы.

4. Обобщающая функция представляет языковую единицу как краткое изложение предшествующей мысли.

5. Оценочная функция выражает определенные мнения и суждений о чем-либо или о ком-либо.

6. Контактно-устанавливающая функция обеспечивает неформальное взаимодействие между участниками коммуникации [Карповская, 2017, с. 32].

Необходимо отметить, что языковые единицы могут выполнять одновременно несколько функций в процессе коммуникации.

Эти прагматические функции прослеживаются и в судебном дискурсе Дж. Деппа в ходе процесса о диффамации против Э.Херд. Анализ судебного дискурса актера путём выявления перечисленных функций позволяет исследовать прагматический уровень языковой личности Дж. Деппа.

Дж. Депп является известным американским актером и музыкантом. В 2017 году брак голливудской звезды с Э. Херд закончился громким разводом на фоне заявлений его бывшей жены о жестоком обращении. В 2018 году актриса опубликовала статью в газете *The Washington Post*, где раскрыла подробности своей личной жизни и признала себя жертвой домашнего насилия, при этом имя Дж. Деппа не фигурировало в публикации. В 2020 году Дж. Депп проиграл иск о клевете против британской газеты *The Sun*, которая назвала его “женоизбивателем” (“wife-beater”). Тем не менее, в апреле 2022 года актер подал иск против бывшей супруги в суд США за клевету относительно ее публикации в 2018 году и, в конечном итоге, выиграл дело. [Dzhambazova, 2023, с.59].

Полученные в ходе исследования результаты свидетельствуют о том, что во время последнего судебного процесса о диффамации Дж. Депп позиционирует себя как жертва ложных обвинений. Для того чтобы убедить присяжных в причиненном его репутации ущербе, Дж. Депп наиболее часто прибегает к стилистической, кумулятивной, директивной, оценочной прагматическим функциям.

Стилистическая функция представляет собой активное употребление актером образных выражений, что может указывать на его художественный и неординарный образ мышления. Данная функция может быть проиллюстрирована следующими примерами:

1) *It's very strange when one day you're Cinderella, so to speak, and then in 0.6 seconds, you're Quasimodo.*¹

2) *When she accused me of being high on cocaine, or drinking like a...you know, some sort of...drinking like I was some kind of 19th century sailor.*

В первом фрагменте Дж. Депп указывает на кардинальное изменение в восприятии своего имиджа общественностью. Рассказывая о своем прошлом, он использует метафору [Гальперин, 1981, с. 141] *Cinderella*, проводя параллель со сказочной красавицей Золушкой из одноименного произведения Ш. Перро. С помощью другой метафоры *Quasimodo*, олицетворяющей социального изгоя, актер демонстрирует свой опыт отчуждения от общества. Как известно, Квазимодо – персонаж романа “Собор Парижской Богоматери” В. Гюго, горбатый звонарь, обладающий уродливой внешностью [Collins Online Dictionary, 2024]. Такой контраст между литературными героями подчеркивается гиперболой [Гальперин, 1981, с. 176] *in 0.6 seconds*, которая акцентирует внимание на стремительности и внезапности перемен в судьбе актера.

Во втором отрывке фраза *like I was some kind of 19th century sailor* используется и как сравнение [Сосновская, 1974, с. 51], и как гипербола. Образ моряка девятнадцатого века обычно ассоциируется с чрезмерным, бездумным употреблением алкоголя, и такое сравнение, скорее всего, призвано пристыдить актера. Однако апозиопеза [Сосновская, 1974, с. 67] *...you know, some sort of...* в середине повествования свидетельствует о тщательном отборе языковых единиц. Таким образом, можно предположить, что актер намеренно использует морскую тематику в речи, чтобы создать положительную аллюзию к своей роли капитана Джека Воробья из киносерии “Пираты Карибского моря”, и сместить акцент со своих вредных привычек.

Кумулятивная функция демонстрирует жизненные уроки актера, полученные от родителей, и приверженность Дж. Деппа традиционным ценностям:

...yes, raised to be a Southern gentleman, that is to say when chivalry was still alive and allowed.

В данном отрывке Дж. Депп обращается к образу джентльмена-южанина *Southern gentleman*, символизирующему один из аспектов культурного кода Америки – культуру чести (*culture of honor*). Эта культура предполагает стремление людей к недопущению

¹ Здесь и далее примеры языкового материала взяты из источника: Court Transcripts and Documents. Reporting Depp vs. Heard. 2024. URL: <https://reportingdeppvheard.net/depp-v-heard-2022/transcripts/> (дата обращения: 10.05.2024)

умышленных оскорблений в адрес других и к поддержанию репутации, не терпящей непристойного поведения [Culture of honor, 2024]. От джентльменов-южан “ожидается рыцарское отношение к женщинам, выражающееся как в словах, так и в поступках” [там же].

Рассказывая о принципах, привитых ему с детства, Дж. Депп использует лексику *chivalry*. Согласно Кембриджскому словарю, *chivalry* означает “средневековую систему поведения, которой придерживались рыцари, и основанную на таких ценностях как честь, великодушие и отвага” [Cambridge Dictionary, 2024]. Можно сделать вывод, что Дж. Депп позиционирует себя как человек, обладающий такими качествами, как честь, вежливость и уважение к женщинам. Таким образом, сравнение с “южным джентльменом” создает у присяжных впечатление об актёре как о порядочном человеке неспособном на насилие.

Директивная функция тесно связана с кумулятивной, однако сосредоточена не на социокультурных ценностях, а на нравственной позиции актера, представляя его как миролюбивого человека:

Truth is the only thing I'm interested in. Lies will get you nowhere but lies build upon lies and build upon lies, it's too much to cover. I'm obsessed with the truth.

Анализируемый фрагмент содержит различные синтаксические стилистические приемы. Фрейминг (framing) [Гальперин, 1981, с. 211] осуществляется посредством повтора лексики *truth* в первом и последнем предложениях. Данное языковое средство акцентирует внимание на моральных принципах Дж. Деппа, изображая его блюстителем правды.

С помощью антитезы [Гальперин, 1981, с. 222] *truth* и *lies* актер четко разграничивает то, что ему ценно, и то, что он полностью отвергает. Начиная монолог с правды, актер тем самым подчеркивает ее важность и приоритет.

Олицетворение [Гальперин, 1981, с. 141] *lies will get you nowhere* наделяет ложь пагубной силой, способной привести к непредсказуемым последствиям. Кроме того, повтор лексики *lies* выражает негативные чувства актера по отношению к любому проявлению нечестности. Таким образом, с помощью выявленных языковых средств актер позиционирует себя как человека, не приемлющего обман, а его жизненные принципы опираются на правду, в то время как ложь не имеет никакого смысла.

Оценочная функция проявляется в стремлении Дж. Деппа произвести положительное впечатление на присяжных. Она реализуется посредством раскрытия личной информацией о себе, тем самым вызывая у публики сочувствие и доверие:

I used to be Johnny and then my name, full name, which I honestly find, still, it's difficult, it's uncomfortable to say my own name because when I say it, I hear the commodity, I hear the product.

В приведенном выше отрывке благодаря лексеме *honestly* Дж. Депп транслирует открытость перед присяжными относительно влияния славы на свою жизнь. За счет конструкции *used to*, которая “указывает на действие или состояние, регулярно происходившее или существовавшее в прошлом, но прекратившееся или изменившееся в настоящем” [Cambridge Dictionary, 2024], актер противопоставляет свою прежнюю жизнь до пика популярности и нынешнюю реальность, где каждое его слово или действие находятся под пристальным вниманием фотографов и поклонников.

Повтор *I hear* акцентирует внимание слушателей на лексемах *commodity* и *product*, с которыми теперь у актера ассоциируется собственное имя, превратившееся в бренд. В Кембриджском словаре *commodity* означает “такой продукт, который может быть продан в больших количествах, например, нефть, металлы, зерно, кофе и т. п.” [Cambridge Dictionary, 2024]. Таким образом, актер сравнивает свое имя с рыночным товаром, выражая негативное отношение к гламуризации славы, что изображает его скромным человеком.

Согласно результатам прагматического анализа, в судебном дискурсе Дж. Деппа наименее частотными функциями являются резюмирующая и контактоустанавливающая

функции. Резюмирующая функция может быть проиллюстрирована следующим кратким эллиптическим [Сосновская, 1974, с.68] предложением:

Nothing less than everything.

Данный фрагмент является ответом Дж. Деппа на вопрос адвоката о масштабе ущерба, который понес актер в результате обвинений. Идиома *nothing less than* обычно употребляется для усиления высказывания, подчеркивая, что речь идет о самом необходимом или допустимом минимуме [Merriam-Webster Dictionary, 2024], однако в совокупности с лексемой *everything* создается эмфатический эффект, указывающий на глубину душевных переживаний актера. Кроме того, лексемы *nothing* и *everything* являются антитезой, где *everything* подразумевает всю жизнь Дж. Деппа, включая его карьеру, репутацию и семейное благополучие, что делает фразу гиперболической. Подчеркивая масштабы своей утраты, актер тем самым намеревается добиться сочувствия и понимания со стороны присяжных.

Поскольку контактно-устанавливающая функция носит неформальный характер, она вступает в противоречие с положениями судебного дискурса, что может объяснить ее ограниченное применение. Одним из наиболее ярких проявлений этой функции является следующий пример:

It's possible. It's probable that I might have used that word, certainly.

Данный фрагмент демонстрирует двусмысленный ответ Дж. Деппа на вопрос адвоката об использовании термина “monster” в диалогах с Э.Херд. Как видно из отрывка, Дж. Депп не дает четкого ответа, но использует слова, выражающие модальность.

Прилагательные *possible* и *probable*, а также наречие *certainly* обладают разной степенью уверенности. Согласно словарю Британской энциклопедии, *possible* означает, что какая-то ситуация “может произойти” [The Britannica Dictionary, 2024]. *Probable* указывает на то, что “существует высокая вероятность того, что какая-то ситуация произойдет, однако это не гарантировано” [там же]. *Certainly* выражает абсолютное согласие с ситуацией и используется, чтобы “показать отсутствие сомнений” [Cambridge Dictionary, 2024]. Кроме того, сочетание модального глагола *might* с *have* и с причастием прошедшего времени часто свидетельствует о выражении неодобрения или критики [там же]. В связи с этим, можно предположить, что Дж. Депп, вероятно, сожалеет о сказанной в разговоре фразе. Использование актером модальных выражений вместо определенного “да”/ “нет” ответа выдает в Дж. Деппе осторожного и предусмотрительного человека.

Таким образом, в ходе прагматического анализа языковой личности Дж. Деппа выявлено, что актер создает образ жертвы ложных обвинений, прибегая преимущественно к стилистической, кумулятивной, директивной и оценочной прагматическим функциям. Данный факт может быть объяснен желанием говорящего установить эмоциональный контакт с присяжными, звучать более убедительно и опровергнуть обвинения в свой адрес, представляя себя в выгодном свете. Наименее распространенными прагматическими функциями оказались резюмирующая и контактоустанавливающая, что может быть обусловлено ограничениями судебного дискурса, где крайне важны максимальная информативность и уместность.

Список литературы

1. Гальперин, И. Р. Стилистика английского языка: учебник. – М.: Высш. шк., 1981. – 334 с
2. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Издательство ЛКИ, 2010. – 264 с.
3. Карповская, Н. В. Прагматический потенциал языковых единиц в светодетерминации переводческих решений (на материале испанского языка): монография: Южный

федеральный университет. – Ростов-на-Дону; Таганрог: Изд-во Южного федерального университета, 2017. – 208 с.

4. Сосновская, В. Б. Аналитическое чтение. – М.: Высш. шк., 1974. – 184 с.

5. Cambridge Dictionary. 2024. URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (дата обращения: 10.05.2024)

6. Collins Online Dictionary. 2024. URL: <https://www.collinsdictionary.com/> (дата обращения: 10.05.2024)

7. Court Transcripts and Documents. Reporting Depp vs. Heard. 2024. URL: <https://reportingdeppvheard.net/depp-v-heard-2022/transcripts/> (дата обращения: 10.05.2024)

8. Culture of honor (Southern United States). Wikipedia. 2024. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Culture_of_honor_\(Southern_United_States\)#:~:text=The%20traditional%20culture%20of%20the,accepting%20improper%20conduct%20by%20others.](https://en.wikipedia.org/wiki/Culture_of_honor_(Southern_United_States)#:~:text=The%20traditional%20culture%20of%20the,accepting%20improper%20conduct%20by%20others.) (дата обращения: 11.06.2024)

9. Dzhambazova, T. Social Media and the Depp vs. Heard Legal Process. Sbornik Konferentsia FJMC 2023. v.2. 2023, pp. 59-69.

10. Merriam-Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/> (дата обращения: 10.05.2024).

11. The Britannica Dictionary. 2024. URL: <https://www.britannica.com/dictionary/> (дата обращения: 31.03.2024).

Н. С. ОЛИЗЬКО

Челябинский государственный университет
(Челябинск, Россия)

РЕБРЕНДИНГ КАК СРЕДСТВО ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ: ЛИНГВАПРАГМАТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

REBRANDING AS A MEANS OF ATTRACTING FOREIGN STUDENTS: LINGUAPRAGMATIC ANALYSIS

Исследование выполнено при поддержке
Фонда перспективных научных исследований
Челябинского государственного университета 2024 г.

Аннотация

Данная статья посвящена анализу основных способов привлечения иностранных студентов в российские вузы, осуществляемых с использованием различных медиаинструментов. В последние десять лет наблюдается увеличение числа иностранных студентов, стремящихся получить образование за пределами своих стран, что свидетельствует о глобальном тренде к интернационализации и глобализации высшего образования. В статье проводится практический анализ примеров брендинга и ребрендинга, позволяющих учебным заведениям выделиться на фоне конкурентов и привлечь целевую аудиторию на международном рынке образования. Иностранные студенты выбирают университеты не только исходя из их академической репутации, но также по тому, насколько они обеспечивают комфортные условия для обучения и интеграции иностранных студентов. Для поддержания конкурентоспособности на международном рынке образования

университетам необходимо активно использовать различные медиаинструменты для привлечения внимания иностранных студентов на различных медиаплатформах. Для достижения поставленных целей необходимо провести обширное исследование социальных сетей университетов, веб-сайтов и других информационных платформ с целью выявления языковых единиц, способствующих формированию определенного восприятия высшего учебного заведения.

Abstract

This article examines the principal methods of attracting foreign students to Russian universities through the use of various media tools. Over the past decade, there has been a notable increase in the number of international students seeking education outside their home countries, which suggests a global trend towards internationalization and globalization of higher education. The article presents a practical analysis of branding and rebranding strategies that enable educational institutions to differentiate themselves from competitors and attract the target audience in the international education market. International students select universities not only on the basis of their academic reputation, but also on the extent to which they provide a conducive learning and integration environment for international students. In order to maintain competitiveness in the international education market, universities must employ various media tools to attract the attention of international students on different media platforms. In order to achieve the set goals, it is necessary to conduct an extensive research of university social networks, websites, and other information platforms in order to identify language units that contribute to the formation of a certain perception of a higher education institution.

Ключевые слова: привлекательность вуза, российский вуз, иностранные студенты, бренд вуза, ребрендинг.

Keywords: university attractiveness, Russian university, international students, university brand, rebranding.

В последнее десятилетие высшие учебные заведения сталкиваются с необходимостью эффективного привлечения студентов, в том числе иностранных, для поддержания своего статуса и развития. Брендинг и ребрендинг выступают важными инструментами в этом процессе, позволяя учебным заведениям выделиться на фоне конкурентов и привлечь целевую аудиторию. Актуальность изучения лингвапрагматических средств реализации данных стратегий и их эффективности в привлечении иностранных студентов не вызывает сомнения. Анализируя текущие тенденции и примеры из практики, необходимо выявить ключевые факторы, обеспечивающие успех ребрендинга высших учебных заведений в контексте международного образования.

Рассмотрим кейс Beaver College. Гуманитарный колледж для женщин Beaver College, созданный в 1972 году в Филадельфии, столкнулся с серьезным кризисом: ежегодно падало количество заявлений абитуриентов и поступления в эндаумент фонд. За 15 лет кризиса колледж пришел к тому, что брал на обучение всех, кто был готов учиться. В 1992 году на позицию вице-президента по рекрутингу пришел Деннис Ностранд (маркетолог). С целью увеличения количества и качества абитуриентов Ностранд ввел принцип клиентоориентированности, внедрил CRM и персонализированную коммуникацию с абитуриентами (например, адресные email-рассылки), выделил стипендии талантливым абитуриентам, создал команду «менеджмента качества» (которая, в том числе, отвечала за опыт абитуриента на кампусе). Не смотря на все это оставалась проблема с названием: со времен образования колледжа поп-культура изменила ассоциации с бобрами (Beaver). Ностранд не смог решить проблему внутри, несмотря на многочисленные обсуждения и фокус-группы, сотрудники колледжа предлагали названия, не отвечающие требова-

ниям брендинга (Колледж Джинни или Университет Южного Региона). Тогда Деннис Ностранд нанял внешних консультантов для создания сильного фирменного наименования, отражающего личность бренда. Победителем стало название Arkadia University. В ДНК бренда вложили Arkadia = Fun. Для того, чтобы обеспечить связь с историческим наследием, выпустили мерч с фразой: «Arkadia University: Since 1853». Все это привело к росту количества заявлений абитуриентов на 30%. Осенью 2002 университет имел самую успешную приемную кампанию в своей истории.

Маркетинговые стратегии не только способствуют формированию уникального образа вуза, но и отражают его ценности, культуру и академические достижения, делая его привлекательным на международном уровне. В российском образовательном секторе значительное внимание уделяется техническому образованию и подготовке специалистов в сфере информационных технологий. Одним из успешных примеров является Санкт-Петербургский университет информационных технологий, механики и оптики (ИТМО), который демонстрирует высокий уровень подготовки студентов в данной области. Инновационная и прогрессивная среда ИТМО обеспечивает студентам не только теоретические знания, но и практические навыки, необходимые для успешной карьеры в области IT. Студенты данного университета имеют возможность участвовать в международных проектах, сотрудничать с ведущими специалистами отрасли и быть в курсе последних технологических тенденций. При этом созданный в начале 90-х годов логотип, изображающий здание, которое в то время было единственным корпусом университета, утратил свою актуальность. В процессе ребрендинга университет изменил визуальную идентичность, чтобы подтвердить инновационность вуза (см. рис.1.).



Рис. 1. Ребрендинг логотипа ИТМО

«Новый логотип ИТМО – это стилизованное изображение Российской Федерации в сочетании с красной точкой, символизирующей местоположение университета – г. Санкт-Петербург. При разработке логотипа специалисты опирались на три этапа развития вуза: превращение Университета ИТМО в учебное заведение международного уровня, формирование в нем научного и инновационного хаба и ориентация на подготовку кадров, специализирующихся на развитии экономики и социальной сферы в России» [1].

Брендинг и ребрендинг образовательных учреждений должны строиться на нескольких ключевых принципах. Во-первых, необходимо ясно определить уникальное предложение учебного заведения, куда будут интегрированы ценности и миссия. Это позволит потенциальным студентам из разных стран быстро определить, что именно отличает данное учебное заведение от других. Во-вторых, важно обеспечить последовательность и непрерывность бренда через все коммуникационные каналы. Это создает узнаваемость и доверие к бренду. Кроме того, акцент на межкультурную адаптацию содержания и языка коммуникации существенно усилит привлекательность учебного заведения на международном уровне.

Подводя итог, необходимо отметить, что брендинг и ребрендинг являются ключевыми инструментами для укрепления позиций учебных заведений на международном об-

разовательном рынке. Для эффективного привлечения иностранных студентов рекомендуется разработать многоуровневую бренд-стратегию, делающую акцент на уникальных академических программах, культурно-образовательной среде и карьерных перспективах выпускников. Специфика лингвапрагматического подхода требует внимания к культурным и языковым особенностям целевых аудиторий. При ребрендинге важно сохранять консистентность основных сообщений бренда, обновляя их в соответствии с изменяющимися требованиями и ожиданиями студентов.

Список литературы

1. Создание фирменного стиля для университета ИТМО. – URL : <https://endylab.ru/projects/branding/itmo> (дата обращения: 29.05.2024).

О. А. ПАНЕНКОВА, Р. Р. ГАЗИЗОВ

Казанский (Приволжский) федеральный университет
(Казань, Россия)

ФАНФИКШН, КАК ЖАНР ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА

FANFICTION AS A GENRE OF INTERNET DISCOURSE

Аннотация

В данной статье анализируется и исследуется понятие «виртуального жанра», на примере феномена «фанфикшн», которое еще не изучалось с данной точки зрения. Само понятие фанфикшн представлено в непривычной для пользователей коннотации, с выходом из дискурса сетевой литературы. В работе выражено стремление к обновлению старых постулатов интернет-коммуникации. «Фанфикшн», как творчество фанатских сообществ, имеет признаки виртуальных жанров, которые выделила доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры немецкой и французской филологии Щипицина Л.Ю.. На примере модели жанра виртуального пространства, которую выделили исследователи медиалингвистики Е.И. Горошко и Е.А. Жигалина, чьи работы имеют важное значение для развития виртуального жанроведения в российском медиапространстве, абстрактно разобран и проанализирован феномен фанфиков.

Abstract

This article analyzes and explores the concept of “virtual genre”, using the example of the phenomenon of “fan fiction”, which has not yet been studied from this point of view. The very concept of fan fiction is presented in a connotation that is unusual for users, leaving the discourse of online literature. The work expresses a desire to update the old postulates of Internet communication. “Fan fiction”, as the work of fan communities, has the characteristics of virtual genres, which were identified by Doctor of Philology, Associate Professor, Professor of the Department of German and French Philology L. Yu. Shchipitsina. Using the example of a model of the genre of virtual space, which was identified by media linguistics researchers E.I. Goroshko and E.A. Zhigalin, whose works are important for the development of virtual genre studies in the Russian media space, the phenomenon of fan fiction is abstractly analyzed and analyzed.

Ключевые слова: фанфикшн, фанфик, виртуальное жанроведение, виртуальный жанр, модель виртуального жанра, медиакоммуникация.

Keywords: *fanfiction, fanfic, virtual genre studies, virtual genre, virtual genre model, mediacommunication.*

В наше время фанфикшн стал значимой частью деятельности фанатских сообществ. Фанфикшн имеет прямое и опосредованное влияние на развитие современной массовой культуры. В научных работах данное явление часто рассматривают и изучают с точки зрения лингвистики, сетевой литературы, феномена институтов инфраструктуры чтения. А.В. Солина в работе «Русскоязычный фанфикшн, как объект полидисциплинарного исследования» [Солина, 2022, с. 26-35] раскрывает понятие «фанфикшена» применяя такие подходы, как культурный, политический, философский и другие. Мы считаем, что ее исследование не только более актуальное, но и раскрывающее каждый элемент и сторону фанфикшена.

Тем не менее, нам представляется, что сегодня фанфишен является одной из социальных платформ общения, имеющая более сложную схему коммуникации. Для изучения феноменов коммуникации в Интернете была создана отрасль генристики – виртуальное жанроведение, а также лингвистика Интернета. Однако, явление «фанфикшн» до сих пор не был темой для специализированного исследования с точки зрения этого направления.

Цель данной статьи: определить феномен «фанфикшн» виртуальным жанром в сетевом пространстве.

Принято считать, что фанфикшн имеет лишь литературную выраженность и текстовую форму. Разберемся почему. Во-первых, с исторической точки зрения, феномен имеет глубокие корни. Заимствование персонажей, по А. Щербаковой [Щербакова, 2016] происходило еще в литературе древнегреческой цивилизации. Конечно, феномен «фанфикшена» в прошлых веках полноценно можно было выразить лишь через литературные тексты, в России примером исторического фанфика является повесть Лазеря Лагина «Майор Велл Эндью», как альтернативный взгляд на произведение Л.Н. Толстого «Войну и Мир».

Во-вторых, с английского «Fanfiction» нередко переводят, как «fun» - фанатская и «fiction» – литература, и определяют, как жанр массовой литературы, созданной по мотивам художественного произведения. Однако, не стоит забывать, что слово «fiction» также имеет значение «вымысел» и «выдумка». Из данного значения, можно сделать вывод, что «Fanfiction» - любое фанатское творчество и не только на художественное произведение, а на любой фандом (неформальное субкультурное сообщество, участники которого объединены единым интересом, связанным с произведениями искусства — пристрастием к определенному жанру, фильму, книге, сериалу, популярному человеку: певца, актера и тд).

Автор считает, что более точное определения слова «фанфик» (сокращенно от фанфикшн) дается в словаре-справочнике «Фанфик (фэнфик), Фанфикшн» В.Д. Черняк: «Фанфик – это производное литературное произведение, вторичный текст, иллюстрация или любое другое творчество, основанное на каком-либо оригинальном произведении, использующее его идеи, сюжетные линии, персонажи».

Более ранняя статья А.И. Денисовой «Фанфикшн, как субкультура и феномен массовой литературы» что вышла в 2012, затрагивает и определяет фанфикшн, как субкультуру, тем самым сделав феномен более широким. Современные представители тех или иных фандомов не ограничиваются использованием одного инструмента новых медиа. Культура фанатства имеет мультимедийные формы выражения: видеоролики, переодевания в героев произведений (косплей), фотографии, рисунки и другое.

Фанатское творчество, в том числе, литература, представляет собой часть сетевой коммуникации. В Интернете, что представляет из себя средство межличностной коммуника-

ции, сложилась особая информативная и коммуникационная среда, то есть пространство виртуального общения. Изучение языковых практик на виртуальных просторах породило новое направление исследований, как лингвистика Интернета. В рамках виртуального дискурса были созданы разные опосредованные способы передавать вербальную и невербальную информацию, в последствии их обозначали, как виртуальные жанры.

Е.И. Горошко и Е.А. Жигалина определяют виртуальное жанроведение [Горошко, Жигалина, 2011], как лингвистическое направление, изучающее особенности возникновения и функционирования в сети Интернет виртуальных жанров.

Также исследователи предложили модель виртуального жанра:

1. коммуникативная цель;
2. концепция адресанта;
3. концепция адресата;
4. событийное содержание;
5. фактор коммуникативного прошлого;
6. фактор коммуникативного будущего;
7. формальная структура;
8. лингвистический дизайн.

Перед анализом феномена «фанфикшн» с точки зрения модели виртуального жанра Е.И. Горошко и Е.А. Жигалина, уточним, что данная схема основана исследователями на модели речевого жанра Т.В. Шмелевой [Шмелева, 1997, с. 90].

Коммуникативная цель фанфика многоаспективна. Можно выделить информационную, развлекательную, эмоциональную, коммерческую и многие другие, которые зависят от бессознательных и сознательных стремлений автора. Одно можно сказать точно, фанатское творчество публикуется в открытых пространствах для получения оценки, а главное поддержки представителей определенного фандома.

Коммуникативная схема фанфикшна сложнее обычной схемы коммуникации новых медиа, но несмотря на это, также представляет из себя круговорот взаимовлияния. Источником вдохновения для фанфиков является любое произведения искусства (фильм, сериал, книга и т.д.) или событие в жизни знаменитых людей, в данном случае адресантом, можно обозначить автора изначальной идеи творения или создателя инфоповода. Адресатом является аудитория, массовая, потенциальная или целевая, смотря от ориентиров адресанта. Далее информационный повод трансформируется в новый творческий труд, которое публикуется на широкое пространство интернета фикрайтером (тот, кто пишет фанфики) или другим создателем. Адресатом этого произведения, что также представляет из себя элемент обратной связи на изначальное творение, являются, как сам автор первичного информационного повода фанфика, так и другие участники фандома, которые могут дать обратную связь, оставляя комментарии, или также создавая новые фанатские произведения. В свою очередь автор может подчеркнуть новые идеи из произведений фанатов, и создать уже новый текст или другой мультимедийный вид информации. Далее схема повторяется. Только благодаря глобальной сети стала возможность такого взаимовлияния и коммуникации. Несмотря на запутанность концепций, понятия «адресант» и «адресат» возможно определить, проще это сделать на существующий примерах, важным фактором здесь является время опубликования материала и время к ним обращения.

Любое произведение фанфикшена имеет событийное или диктумное содержание. Оно может быть, как локальным для определённого человека, так и массовым. Фактор коммуникативного прошлого следует из события, что в данном случае и является фактором прошлого виртуального вербального и невербального взаимодействия.

Фанфикшн сам по себе является виртуальным актом фактора коммуникации будущего, но он также предполагает дальнейшее развитие виртуальных событий, посредством

создания новых жанров в Интернете.

Фанфикшн имеет формальную структуру, но она варьируется для каждой формы. Любое произведение имеет свою идею, композицию, героев, автора, аудиторию, жанр, в большинстве случаев фанфик имеет свой перинг, то есть описание любовных отношений определенных героев, которые полюбились автору.

Фанфикшн обязательно имеет лингвистический дизайн. Автор нередко добавляет к основной работе аудиовизуальный контент, дополнительное графическое оформление, старается выразить эмоции через игру со шрифтом: изменяет шрифт, курсив, жирность, размер, иногда зачеркивает некоторые фразы текста, чтобы создать комичность.

Кроме того, фанфикшен имеет признаки виртуального жанра, которые выделяет Л.Ю. Щипицина [Щипицина, 2011, с. 446], учитывающая следующие параметры жанров:

Медийные. Фанфикшен имеет обязательные элементы с точки зрения интерфейса: аккаунт пользователей, которые в большинстве своем обезличены и скрыты под придуманным именем; отдельная страница: каждую новую главу, запись, пост и другое представлены на новых страницах; место для обратной связи, которая обычно представлено в формате комментариев. Но конечно форма расположения фанатского творчества вариативно. Редко, но встречаются креолизованные произведения среди фанатской культуры, но чаще всего произведения выражаются лишь в одной форме. Зато уровень интерактивности произведений фанфикшна очень высок, что следует из схемы коммуникации. Фанфикшн скорее является асинхронным виртуальным жанром, так как между производением-стимулом и обратной реакцией есть неограниченный временной промежуток. Вокруг каждого фанфикшна создается свой круг заинтересованных в нем лиц. Для фанфика характерно общение одного со всеми (автор с комментаторами) и всех со всеми (комментаторы с комментаторами).

Прагматические. Они продемонстрированы в модели виртуального жанра.

Структурно-семантические. В основном структура фанфикшна зависит от платформы, на которой он размещено. Обычно они имеют «вертикальное» строение, то есть ленту публикаций по хронологическому порядку и «горизонтальное» строение: фанфикшн может быть политематичным и монотематичным. Комментарии и обратная связь совершается в одной тематической прогрессии: комментарии обычно завершают публикацию.

Стилистикаязыковые. Текст нередко играет для форм фанфикшна стиливым дополнением или полноценным произведением. В последнем часто используются графические приемы выражения экспрессивности и акцентуации информации через шрифты и другого оформления: курсив, жирность, игра с размером букв и другое.

Завершая, явление «фанфикшн» укоренилась в глобальной сети. На сегодня существуют специализированные сайты с фанатским творчеством, но также произведения нередко публикуют в популярных и известных платформах. Фандомы формируют свой круг общения. В итоге фанфика является, как поводом для совершения коммуникации, актом коммуникации и платформой для коммуникации. Феномен имеет признаки виртуального жанра Л.Ю. Щипицина [Щипицина, 2011, с. 446] и вписывается в модель виртуального жанра Е.И. Горошко и Е.А. Жигалина [Горошко, Жигалина, 2011], что позволяет определить фанфикшн, как виртуальный жанр.

Библиографический список

1. Горошко, А. И. Виртуальное жанроведение: устоявшееся и спорное / А. И. Горошко, Е. А. Жигалина. – URL: <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=223> (дата обращения: 20.02.2012).
2. Денисова, А. И. Фанфикшн, как субкультура и феномен массовой литературы // Аналитика культурологии. – 2012.

3. Елисеева, А. Д. Фанфикшн: взгляд издателя // Язык. Текст. Книга. – Екатеринбург, 2019. – С. 30–35.
4. Остапенко, С. Виртуальное жанроведение как отрасль лингвистики. – URL: https://spravochnick.ru/russkiy_yazyk/virtualnoe_zhanrovedenie_kak_otrasl_lingvistiki/ (дата обращения: 20.05.2024)
5. Пейгина, Л. В. Проблемы творческой иерархии в русскоязычных фандомных сообществах на примере флэшмоба «Я не боюсь творить» // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. – 2019. – № 35. – С. 114–125.
6. Солина, А. В. Русскоязычный фанфикшн как объект полидисциплинарного исследования // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2022. – № 2 (106). – С. 26-35. – URL: <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2022-2106-26-35>
7. Шавлюк, В. Б. «Фанфикшн»: от жаргонизма к термину // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2017. – № 1. – С. 245–249.
8. Щербакова, А. Фанфики: история, терминология и проблемы // Мир фантастики. – URL: <https://bit.ly/2CQzuU6>. (дата обращения: 20.05.2024)
9. Щипицина, Л. Ю. Комплексная лингвистическая характеристика компьютерно-опосредованной коммуникации (на материале немецкого языка): дис. ... д-ра филол. наук. – Воронеж. – 2011. – 446 с.

О. Д. ПАСТУХОВА, Е. А. ТИТОВА
Челябинский государственный университет
(Челябинск, Россия)

**ВИЗУАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ВУЗА
(НА МАТЕРИАЛЕ ЧЕЛЯБИНСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА)**

**VISUAL MEANS OF FORMING THE IMAGE OF A HIGHER EDUCATION
INSTITUTION (ON THE MATERIAL OF CHELYABINSK STATE UNIVERSITY)**

Статья подготовлена при финансовой поддержке
Фонда перспективных научных исследований
ФГБОУ ВО «ЧелГУ» 2024 г.

Аннотация

Статья направлена на исследование актуальной в современной лингвистике проблеме изучения визуальных средств, которые играют важную роль в формировании положительного имиджа университета. В XXI веке на рынке образовательных услуг представлено большое количество вузов и чаще всего эти университеты предоставляют одинаковые образовательные программы и услуги, и иногда становится тяжело выбрать и решить какой из них лучше. Положительный имидж университета помогает потребителям услуг выбрать один определенный вуз из большого количества. Среди визуальных средств, которые помогают сформировать положительный имидж университета, наиболее важными и актуальными являются наличие символики университета и наличие официального интернет-сайта вуза. Символика любого вуза делает его запоминающимся среди массы таких же вузов.

Abstract

The article is aimed at investigating an actual problem in modern linguistics in particular the problem of studying visual means that play an important role in the positive image formation of any university. In the XXI century the market of educational services is represented by a large number of universities and most often these universities provide the same educational programmes and services, and sometimes it becomes difficult to choose and decide which one is better. A positive image of the university helps consumers to choose one particular university from a large number of universities. Among the visual means that help to form a positive image of the university, the most important and relevant are the presence of the university's symbols and the official website of the university. Symbols of any university make it memorable among the mass of similar universities.

Ключевые слова: университет, вуз, имидж, визуальное средство, символ, ЧелГУ.

Keywords: university, higher education institution, image, visual means, symbol, CSU.

В современном мире высшее образование играет большую роль, так как благодаря высшему образованию можно получить хорошую работу и выстроить успешное будущее. Выбор вуза очень важное решение, которые должны сделать абитуриенты, чтобы обеспечить себе достойную жизнь после учебы. Следовательно абитуриенты очень внимательно подходят к выбору своего места обучения. На этот выбор большое воздействие имеет статус вуза и его имидж.

Понятие «имидж» начало использоваться в научном мире в середине XX века. Исследования, посвященные изучению имиджа, можно увидеть в работах таких ученых как Л. Браун, К.В. Киуру, Е.С. Кубрякова, Г.Г. Почепцов и других.

Имидж – это некий идеализированный образ, который откладывается в сознании человека. Именно этот образ помогает человеку отделить один объект от другого и выделить его среди подобных. Г.Г. Почепцов определяет имидж как «наиболее экономный способ порождения и распознавания сложной социальной действительности, как результат обработки информации, как свернутый текст, как коммуникативную единицу, посредством которой можно работать с массовым сознанием» [Почепцов, 2002, с. 25]. Е.С. Кубрякова подчеркивает способность имиджа выступать знаком для человека. Она также пишет о том, что для имиджа характерны внешние характеристики объекта, то есть те, которые закрепились в представлениях общества [Кубрякова, 2008, с. 5-11]. К.В. Киуру определяет имидж как упрощенное представление, которое заменяет полноценный образ [Киуру, 2007].

Таким образом, имидж вуза представляет собой комплексную характеристику, которая отражает представления об определенном вузе у субъектов внутри и за пределами университета. Имидж – это некий образ, сформированный у студентов, абитуриентов, родителей, выпускников, работодателей и других потребителей конкретного вуза.

Для формирования имиджа вуза важную роль играют визуальные средства. Они помогают сформировать положительное представление о высшем учебном заведении. Так к визуальным средствам можно отнести интерьер корпусов, аудиторий, символики вуза, интернет-сайт, где представлена информация о вузе [Резник, Ежова, 2019, с. 121].

Для выявления наиболее важных визуальных средств, которые помогают абитуриентам обратить внимание на тот или иной вуз, был проведен интернет-опрос среди выпускников школ Челябинской области. Количество абитуриентов, которые приняли участие в опросе, составило 300 человек. Им необходимо было ответить на вопросы важен ли статус вуза в регионе и стране, а также какие визуальные средства помогают им выделить один вуз среди остальных.

Результаты опроса можно увидеть ниже (см. рисунок 1):

Таким образом, наиболее важными визуальными средствами создания положительного имиджа вуза являются наличие символики вуза и наличие сайта.

Так, например, символикой Челябинского государственного университета являются улитка, которая используется на сайте университета и на материалах, которые относятся к вузу (см. рисунок 2).

Также к символике Челябинского государственного университета можно отнести сусликов, которые проживают на территории Ботанического сада университета и являются негласным символом университета. Их изображения можно встретить на различных материалах (см. рисунок 3) и предметах, которые относятся к вузу.

Более того, в телеграмм-канале университета были созданы эмодзи, которые представлены в виде сусликов (см. рисунок 4).



Рис. 1 – Результаты опроса о наиболее важных визуальных средствах создания имиджа вуза

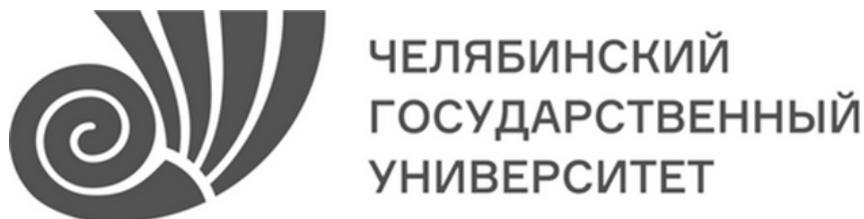


Рис. 2 – Символика ЧелГУ



Рис. 3 – Символика ЧелГУ в телеграмм-канале



Рис. 4 – Суслики-эмодзи ЧелГУ

Визуальные средства, таким образом, играют важную роль в создании положительного имиджа университета. Они помогают потребителям информации выделять один вуз среди других. Более того, визуальные средства помогают сделать образ вуза запоминающимся. Так, например, если говорить о ЧелГУ многие абитуриенты, выпускники, работники и работодатели сразу вспоминают о таких символах как улитка ЧелГУ и суслики.

Список литературы

1. Киуру, К. В. Имиджевый политический медиатекст: система жанров и дискурсный анализ. – Санкт-Петербург : Роза мира, 2007. – 259 с.
2. Кубрякова, Е. С. К определению понятия имиджа. Вопросы когнитивной лингвистики. – 2008. – №1 (014). – С. 5-11.
3. Почепцов, Г. Г. Имиджеология: теория и практика. – Киев : «Ваклер», 2002. – С. 25.
4. Резник, Г. А. Имидж вуза: сущность и основы формирования / Г. А. Резник, Ю. В. Ежова // E-Scio. – 2019. – № 2(29). – С. 117-122.

Е. Н. ПОДТЕЛЕЖНИКОВАВоронежский государственный университет
(Воронеж, Россия)**ЭКСПРЕССИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ТРАНСФОРМИРОВАННЫХ
ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В МЕДИАТЕКСТАХ****EXPRESSIVE POTENTIAL OF TRANSFORMED PHRASEOLOGICAL UNITS
IN MEDIA TEXTS****Аннотация**

В статье проводится анализ формальных трансформаций фразеологизмов в медиатекстах и их экспрессивного потенциала. Изучение корпуса примеров из русскоязычных текстов СМИ показало, что наиболее частотным видом формальных трансформаций устойчивых выражений является замена. При этом был обнаружен достаточно широкий спектр авторских вариантов фразеологизмов. Показательным в этом отношении является словосочетание яблоко раздора, в полной мере отражающее современную политическую ситуацию. Окажиональная вариативность фразеологизмов предполагает использование различных стратегий, в числе которых наиболее частотны использование синонимов или гипонимов (жадный платит дважды, ждать у океана/озера погоды) и антонимов (щедрый платит дважды). Трансформация формальной структуры фразеологизма является эффективным средством языковой игры и методом воздействия на аудиторию, что соответствует глобальной тенденции СМИ на разрушение языковых стереотипов, креативности и нестандартности мышления.

Abstract

The article is devoted to the formal transformations of phraseological units in media texts and their expressive potential. The study of the corpus of examples from Russian-language media texts has shown that the most frequent type of formal transformations of stable expressions is substitution. At the same time, a fairly wide range of author's variants of phraseological units was discovered. Indicative in this regard is the phrase apple of discord, which fully reflects the current political situation. The occasional variability of phraseological units involves the use of various strategies, among which the most frequent are the use of synonyms or hyponyms (greedy pays twice, wait by the ocean /lake for the weather) and antonyms (generous pays twice). The transformation of the formal structure of phraseology is an effective means of language play and a method of influencing the audience, which corresponds to the global trend of the media to destroy linguistic stereotypes, creativity and non-standard thinking.

Ключевые слова: фразеологизмы, трансформация фразеологизмов, медиатексты, экспрессивность, лексика, языковая игра.

Keywords: phraseological units, transformation of phraseological units, media texts, expressiveness, vocabulary, language game.

Изменения в любой общественной сфере влекут за собой смену имеющихся номинаций или трансформацию существующих. СМИ не только отражают реальность такой, какая она есть, но и создают новую, формируя образность происходящего [Прозоров, 2005]. «СМИ сообща творят и активно навязывают нам художественно-образную иллюстрацию реальности. Они дают нам возможность постичь мир как образ – через многозначный комплекс исподволь или непосредственно вызываемых настроений, переживаний, впечатлений» [Прозоров, 2005, с. 30].

Языковые средства, используемые в медиатекстах, имеют определенное влияние на предпочтения в стилистике языка и языковые нормы. Всё это происходит благодаря тому, что СМИ уже достаточно продолжительное время являются одним из основных источников информации для массового «потребителя» [Солганик, 2005]. Считается, что текст при переносе в медиасферу расширяет свои возможности и границы. Так, концепция медиатекста в данном случае приближается к семиотическому понятию текста как такового [Добросклонская, 2005].

Медиасфера является ярким отражением происходящих в социуме преобразований, так как напрямую связана с обществом [Добросклонская, 2008]. Многие выразительные средства употребляются не только для увеличения экспрессивности, эмоциональности передаваемой информации, но и для привлечения внимания новой аудитории [Кожемякин 2010]. Это характеризует медиатексты как явление, идущее в ногу со временем, что немаловажно для развития языка в целом. Более того, считается, что «медиасфера становится влиятельнейшей сферой литературного языка» [Кормилицына, 2021, с. 21].

К основным процессам в современной медиасфере относят субъективизацию, высокую стилистическую контаминацию; демократизацию с целью сближения с аудиторией и интеллектуализацию как противоположный процесс усложнения языка средствами интертекстуальности, языковой игры, иронии, использованием различных тропов [Дегальцева, 2023]. Языковая игра выполняет функцию привлечения внимания «перенасытившейся» современной аудиторией и увеличивает шанс прочтения статьи до конца. Одним из способов языковой игры является модификация фразеологизмов.

Фразеологическая деривация служит средством пополнения фразеологического и лексического состава языка [Божко 2015], представляет собой творческий процесс, приводящий к разрушению шаблонов [Куклина 2006]. К основным видам трансформаций фразеологизмов относят формальные и семантические, однако количество выделяемых типов трансформаций различается у отдельных авторов. Так, например, Третьякова И.Ю. выделяет десять приемов окказионального преобразования фразеологических единств, среди которых расширение компонентного состава, фразеологический эллипсис, замена компонента, контаминация, модификация модели, сегментация, образование окказионального фразеологизма по языковой модели ролевая инверсия, двойная актуализация и буквализация значения фразеологизма [Третьякова 2011]. Дегальцева А.В. и Кормилицына М.А., изучив трансформации фразеологизмов в популярных российских изданиях разной тематики и направленности, выяснили, что «в современной прессе к основным приемам трансформации фразеологизмов можно отнести буквализацию и двойную актуализацию значений; контаминацию, замену, добавление или устранение компонента. Среди них наиболее распространенным является двойная актуализация» [Дегальцева, 2023, с. 397]. Следует также отметить, что трансформация фразеологических единиц присутствует в большей степени в заголовках медиатекстов, выполняя при этом информативную, оценочную и прагматическую функции [Матвеева 1990].

Целью данного исследования является изучение наиболее частотных формальных видов трансформаций фразеологизмов – замены и добавления – и семантический анализ вариантов этих трансформаций. Материалом исследования послужили 542 контекста с 45 трансформированными фразеологизмами, собранные методом сплошной выборки из таких российских изданий, как «Известия», «Коммерсант», «Труд», «Известия», «Ведомости», «Аргументы и факты» и некоторых других.

Наиболее частотным видом трансформации устойчивых выражений в нашей выборке оказалась замена (41%). При этом был обнаружен достаточно широкий спектр авторских вариантов фразеологизмов. «Лидером» по количеству вариантов замены является словосочетание *яблоко раздора*, в полной мере отражающее современную политическую

ситуацию. Чаще всего это заголовки с трансформированными фразеологизмами, являющиеся одновременно эффективными экспрессивными и информативными средствами, которые максимально ярко и полно выражают содержание материала: *санкции раздора, базы раздора, полуостров раздора, архипелаг раздора, нефть раздора, газ раздора, Крым раздора, дрон раздора, турбины раздора*. Варианты фразеологизма *яблоко раздора* также используются для описания других социальных проблем, что показывает его высокую продуктивность: *дети раздора, контейнеры раздора, бочонки раздора, шампунь раздора, гектар раздора, пост раздора, град раздора, помидоры раздора, мем раздора*.

Следующим по многообразию вариантов является фразеологизм *скупой платит дважды* (15%). Оказиональная вариативность предполагает как использование синонимов (*жадный платит дважды*), так и антонимов (*щедрый платит дважды, богатый платит дважды*), что максимально усиливает эмоциональное воздействие на читателя. По такому же принципу используется вариативность фразеологизма *ждать у моря погоды*: *ждать у океана/озера погоды; ждать у нефти/границы погоды*; фразеологизма *чёрт ногу сломит*: *сам Мефистофель/шайтан ногу сломит*.

Вариативность фразеологизма *яблоку негде упасть* построена на противопоставлении и усилении путем сравнения с элементами одного порядка.

Не то что яблоку – горошине негде упасть! Такого ажиотажа не вызывал ни один из тренеров «Зенита»: даже «на Дика Адвоката» пришло втрое меньше! (Беляков В. ЛУЧАНО СПАЛЛЕТТИ. Лучано из «Ромы» в Питере как дома // Советский спорт, 2010.01.26).

Июль и август — два пиковых месяца, когда на пляжах полуострова не то что яблоку или персику, а даже черешенке негде упасть (Как отдохнуть в Крыму, чтобы не было мучительно больно за потраченные деньги // Парламентская газета, 2021.07.02).

Также в качестве вариативных компонентов журналисты используют лексемы, максимально отражающие ситуацию и колорит статьи: рынок – семечка, Пхукет – кокос, хоккей – шайба.

«Томь» преобразуется: штрафная «Рубина» что рынок в базарный день – семечке негде упасть (Егоров А.. От «Рубина» краснеют все! Как и в матче с «Зенитом», лидер решил исход встречи, ударно проведя 10 минут в середине второго тайма // Советский спорт, 2008.04.07).

На Крадане, расположенном в провинции Транг, в отличие от Пхукета, где в разгар сезона кокосу негде упасть, всегда можно найти тихий и пустой кусочек пляжа и наслаждаться красотой Индийского океана (Тимур Юсупов. Королевство открытий // lenta.ru, 2015.12.21).

Менее частотным, но не менее красочным видом трансформаций является добавление: *вешать лапшу на женские уши, вешать на уши ура-патристическую лапшу, ждать погоды у Чёрного моря, ждать у сурового Охотского моря хорошей погоды*.

Таким образом, экспрессивный потенциал трансформированных фразеологизмов отвечает запросам современного общества и глобальной тенденции СМИ на разрушение языковых стереотипов, креативности и нестандартности мышления. Разрушение формальной структуры фразеологизма является эффективным средством языковой игры и методом воздействия на аудиторию.

Список литературы

1. Божко, Н. А. Индивидуально-авторские преобразования фразеологических единиц в языке художественной прозы : на материале произведений В. Токаревой : автореферат дис. канд. филол. наук – Тюмень, 2015. – 23 с.
2. Дегальцева, А. В. Приемы трансформации фразеологизмов в современной прессе / А. В. Дегальцева, М. А. Кормилицына // Медиалингвистика, 2023. – 10 (3). – С. 394-406.

3. Добросклонская, Т. Г. Медiateкст: теория и методы изучения // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. – 2005. – №2. – С. 28-34.
4. Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 264 с.
5. Кожемякин, Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2010. – № 12(83). – С. 13-21.
6. Кормилицына, М. А. Речь в сфере СМИ // Эффективность коммуникации: влияние сфер общения на факторы ее достижения / С. В. Андреева, А. Н. Байкулова, Т. С. Боц [и др.]. – Саратов : Наука, 2021. – 256 с.
7. Куклина, И. Н. Явления фразеологизации и дефразеологизации в языке современной прессы : автореферат дис. ... канд. филол. наук – М., 2006. – 23 с.
8. Матвеева, Т. В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий : Синхрон.-сопостав. очерк. – Свердловск : Изд-во Урал. ун-та, 1990. – 168 с.
9. Прозоров, В. В. Три рода современных СМИ: вопросы генеалогии // Русская словесность в контексте современных интеграционных процессов. Волгоград, 2005. – С. 30-31.
10. Солганик, Г. Я. К определению понятий «текст» и «медiateкст» // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. – 2005. – №2. – С.7-15.

Э. А. САЛИХОВА

независимый исследователь

(Уфа, Республика Башкортостан, Россия)

**НАЦИОНАЛЬНОЕ ТЕЛЕРАДИОВЕЩАНИЕ
КАК ФАКТОР СОХРАНЕНИЯ ЯЗЫКА И КУЛЬТУРЫ
(на примере башкироязычных СМИ республики)**

**NATIONAL TELEVISION AND RADIO BROADCASTING
AS A FACTOR OF LANGUAGE PRESERVATION AND CULTURE
(using the example of Bashkir-language media of the republic)**

Аннотация

С учетом фактора определяющего влияния современных технологий на развитие языка (шире – культуры) автор убежден в том, что национальные СМИ становятся архиважной формой взаимодействия в условиях языкового многообразия, способствующей сохранению, развитию и распространению языка. Анализ башкироязычного телерадиовещания позволил выявить специфику сохранения и трансляции языка, проявляющуюся, в частности, в тематической представленности, выполняемой цели в соответствующих секторах национальной культуры. К основным тематическим направлениям отнесены традиции и их роль в жизни и развитии языка и культуры; история культурных институтов башкирского народа; просветительство; музыкальная культура народа; религиозное просвещение. Среди форм деятельности некоторых видов СМИ по сохранению языкового наследия выделяются медиашколы; репрезентация фольклора; книжный подкастинг; национальный (радио и ТВ) театр; марафоны искусств и прочие.

Abstract

Taking into account the factor of the determining influence of modern technologies on the development of language (more broadly - culture), the author is convinced that national media are becoming an extremely important form of interaction in the context of linguistic diversity, contributing to the preservation, development and dissemination of the language. The analysis of Bashkir-language television and radio broadcasting made it possible to identify the specifics of the preservation and transmission of the national language, manifested, in particular, in thematic representation, the goals achieved in the relevant sectors of language culture. The main thematic areas include traditions and their role in the life and development of language and culture; history of cultural institutions of the Bashkir people; education; musical culture of the people; religious education. Among the forms of activity of some types of media to preserve the linguistic heritage are media schools; representation of folklore; book podcasting; national (radio and TV) theater; art marathons and others.

Ключевые слова: *башкирское радио, башкирская культура, башкирский язык, виды средств массовой информации, национальные традиции.*

Keywords: *types of mass media, Bashkir radio, Bashkir language, national traditions, Bashkir culture.*

Активное развитие традиционных СМИ – печати, радио, телевидения, а также появление новых компьютерных технологий «оказывают огромное влияние на процесс производства и распространения слова» [Добросклонская, 2008, с. 5].

Полилингвизм России, в которой по данным последней Всероссийской переписи населения представлены более чем 150 языков, можно считать национальным достоянием, отражающим уникальный исторический опыт и культурные традиции веками проживающих в ней этносов. Этот историко-культурный опыт отражает и очевидные проблемы: 1) межпоколенческий разрыв при передаче языков от поколения к поколению, следствием которого становится уменьшение численности носителей этих языков и сфер их использования; 2) утрата мотивации к изучению родного языка, ведущая к сокращению языкового многообразия.

Глобализация информационного пространства, по законам которого живут современные этносы, тоже влияет на языковые практики, увеличивая или, напротив, ослабляя коммуникативную функцию родного языка. Поэтому одним из приоритетов в решении обозначенных проблем становится «устойчивая и грамотная языковая политика, позволяющая не только сохранить основы национальной культуры – языка, но и способствовать стабилизации межнациональных отношений в полиэтническом регионе» [Дорошук, Гусейнова, 2024]. Ссылаясь на «Стратегию национальной государственной политики России» на период до 2025 года [О Стратегии..., 2024], исследователи указывают на то, что именно историко-культурное наследие народов, проживающих на территории России, является хранилищем исторической памяти, поскольку оно непосредственно участвует в формировании личности человека и его общегражданской идентичности. Автор статьи убежден, что, по сути, это и есть глубинное основание культурного суверенитета, актуальность которого в настоящее время все более возрастает.

Подтверждением того, что в Башкирии – центре Евразии – придается большое значение развитию как государственных, так и других языков, представленных в социально-культурном пространстве, является принятие государственной программы «Сохранение и развитие государственных языков Республики Башкортостан и языков народов Республики Башкортостан» (постановлением Правительства Республики Башкортостан от 29 января 2024 г. № 17), целью которой является «создание условий для сохранения, изучения и раз-

вития башкирского, русского и других языков в Республике Башкортостан, а также башкирского языка за пределами республики» [Государственная программа..., 2024].

Одним из эффективных средств реализации обозначенной цели являются медиаканалы, активно развивающиеся в республике. В современных реалиях функционирующего медиaprостранства на развитие языка непосредственно влияют информационные технологии, обновляющие коммуникационный формат и влияющие на процессы распространения языка и культуры. Традиционными, но легко адаптируемыми к новым условиям были и остаются телевидение и радиовещание как формы национального взаимодействия в условиях полилингвизма республики. Автор в рамках публикации обращается к тематической направленности и некоторым особенностям деятельности современных национальных СМИ (прежде всего радио и телевидение) в указанном аспекте.

Башкортостан – один из немногих регионов России, имеющий собственный государственный спутниковый телеканал и радиостанции, зона распространения которых включает европейскую часть РФ, Восточную Европу, Ближний Восток, регионы Кавказа, Закавказье и Среднюю Азию.

Теле- и радиовещание по способу передачи информации являются наиболее близкими к естественному языку. Можно с уверенностью говорить о том, что оно оказывает влияние и на формирование самобытной картины мира, через совокупность значений и ассоциаций способствующей моделированию концептуальной модели мира в национально-культурных координатах.

Башкирское радио – одна из старейших традиционных вещательных компаний России, функционирующая с ноября 1927 года. В настоящее время, кроме ГТРК «Башкортостан», население республики слушает и федеральное радио. В 2024 году телевидение и радио представлено в республике более ста зарегистрированными телерадиокомпаниями, – как государственными, муниципальными, так и коммерческими. Только в г. Уфа вещание осуществляется 44 каналами: «Детская Радио» – Телестудия «СМЕНА» (на русском языке), «Майдан, Ислам 102-ТВ» (на двух языках), «Ауаз-Уфа», «Blues Safe» (на трех языках), «Волжский ТВ-союз», «Европа-плюс Башкортостан» (на четырех), «Башспутник Телеком» (на 9 языках) и многими другими. Программы «Радио Башкортостана» – это информационно-музыкальные радиоканалы «Юлдаш» (на башкирском, татарском языках), «Спутник ФМ» (на русском языке), «Ашкадар» (на башкирском языке) работают в круглосуточном режиме на башкирском, русском, татарском языках. Музыкальные композиции занимают 70% эфира, информационную часть канала составляют новости каждые 30 минут, прогноз погоды, социально значимые, общественно-политические (например, редакция «Даирэ» («Круг общения»), отдел межнациональных и межрегиональных программ), развлекательно-познавательные передачи (отдел Ижад» («Творчество») и подобные).

Соотношение языков на канале «Радио Башкортостана» представлено следующим образом: русский – 42%, башкирский – 34%, татарский – 20%, другие языки компактно проживающих этносов (чувашский, марийский и удмуртский) – 4%. Также ведется онлайн вещание молодежного приложения к каналу «Юлдаш» – «Юлдаш-ньюс», по которому транслируется популярная башкирская молодежная музыка [Салихова, Искужина, 2021, с. 372].

Сравнительный анализ объема радиопередач на языках народов Башкортостана показывает примерно равное соотношение эфирного времени на башкирском и русском языках (в среднем 45 и 44% соответственно); диахронический срез показал, что с конца 1990-х гг. доля эфирного времени на башкирском языке составила более 50%, достигнув, например, в 2001 г. 70% [Ишмуратов, 2011, с. 11]. Отведенное татарскому языку эфирное время на радио Башкортостана составляло 16,8% от общей доли в 2001 г. и 0,4% в 2005 г. Как полагают некоторые исследователи, языковые потребности татароязычно-

го населения республики восполняют передачи на татарском языке на радио «Спутник Юлдаш». Рассуждая в заданном ракурсе, можно сказать, что в глобальной сети интернет любой желающий удовлетворит свои языковые предпочтения, может найти искомые на языке радио- или телепередачи, театральные постановки и прочее. Даже поверхностный мониторинг сети интернет указывает на небольшой процент от общего числа проживающих в республике представителей того или иного этноса, которые бы использовали такую возможность. Вероятнее всего, надо ставить вопрос о ценностных ориентациях носителя языков в выборе социально-культурных предпочтений [Аюпова, Салихова, 2007; Салихова, Искужина, 2014].

В теле- и радиоэфире наряду с музыкальными передачами звучат песни и музыка из театральных постановок театра. Вещание на башкирском языке еще раз подтверждает положение о том, что посредством языка живет и развивается национальная культура через трансляцию народных фольклора (сказаний и преданий, песен, легенд), истории, а также произведения современной художественной литературы.

Башкирское спутниковое телевидение (БСТ) является одним из самых крупных информационно-аналитических телеканалов Приволжского федерального округа. Телеканал БСТ осуществляет «ежедневное 18-часовое вещание на башкирском, русском, татарском, чувашском и других языках и охватывают 100% территории РБ», хотя долгие годы население ряда районов по причине рельефа местности не имело возможности смотреть программы республиканского телевидения (ТВ) [Салихова, Искужина, 2021, с. 373].

Преимущественное место в распределении объема вещания занимали и продолжают занимать башкирский и русский языки. В настоящее время имеется приблизительный паритет в объеме передач на ТВ на русском и башкирском языках. Что касается объема часов вещания на татарском языке, то он имеет неустойчивую динамику: в 1990-ые годы объем вещания на этом языке увеличился с 9,7 до 20%, а к 2000 г. сократился на 10%. Другие языки вещания компактно проживающих этносов в РБ в рассматриваемые годы занимали в среднем чуть более полутора процентов эфирного времени [там же, с. 374].

Национально-ориентированные программы направлены прежде всего на удовлетворение духовных потребностей народов, обеспечение межнационального согласия в обществе на русском языке. К таковым относятся «Распахнись, душа», «Бабушкин сундучок», «Уральский самородок» и т.п., на татарском – «Райхан», «Сайран», «Алкын», на чувашском – «Тивлет». Основу вещания «Ватан» составляют информационные выпуски программы «Новости БСТ» как на русском, так и на башкирском языке.

В городах республики функционирует местное телевидение, вещание которого охватывает и близлежащие районы. В то же время чуть менее 10% всех опрошенных респондентов не удовлетворены количеством времени вещания на башкирском языке. Сошлемся на следующую статистику, полученную Н.Г. Искужиной в результате опроса жителей крупных и средних городов РБ: «подавляющее большинство городского населения (более 90%) смотрит телепередачи на русском языке, при этом русскоязычным программам предпочтение отдали 84,3% башкир, 98,8% русских, 91,6% татар; башкирским передачам – 59,3% башкир, 8,8% русских, 20,1% татар; татарским передачам – 3,1% башкир, 0,7% русских и 18,3% татар; примерно одинаковое количество опрошенных – по 0,5% русских, башкир и татар – передачам на других языках. Диспропорция в предпочтениях башкирских и татарских передач, на наш взгляд, вызвана асимметрией татаро-башкирского вещания на телевидении» [Салихова, Искужина, 2021, с. 374-375].

Детский телевизионный канал «Тамыр» включает такие популярные в детской аудитории передачи, как «Сенгелдэк», «Гора новостей», «Царь горы», «Шэп арба», «Зеркальце», «Әкият китабы», «Вечер.com», «Цирк в 13 метров», которые благотворно влияют на развитие детско-подросткового двуязычия.

Башкирский музыкальный канал «Курай» ведет свои передачи в круглосуточном режиме. Кроме того, с 2010 года он работает на условиях взаимовыгодного договора с турецким музыкальным каналом Turkish Music.

На чувашском языке ведется вещание по ТВ в г. Белебей, на удмуртском, марийском – несколько телекомпаний в г. Нефтекамск. Следует также указать на то, что количество телерадиостанций в городах неодинаково – в основном представлено одной, а самое большое количество после г. Уфы в г. Нефтекамск (7 телерадиостанций).

Такие векторы развития традиционных республиканских СМИ, как сохранение историко-культурных ценностей – памятников театрального искусства, национальной поэзии, музыки и народного творчества – делают башкирское телерадиовещание центром упрочения самосознания этноса и параллельно дружбы народов многонационального региона.

К основополагающим компонентам информационной политики телерадиоканалов на башкирском языке и языках компактно проживающих этносов отнесем: (а) родной язык как мощный инструмент сохранения и трансляции культуры, истории башкирского языка и тюркских этносов, традиций народа; (б) народное творчество, народная песня, национальная литература и театр как крепость национальной культуры. Актуализация народных традиций становится одним из ведущих направлений в телерадиовещании РБ.

Проведенное исследование позволяет выделить основные направления деятельности теле- и радиостанций по сохранению языкового наследия Башкирии. К ним относятся:

- популяризация народной культуры через медийное пространство;
- языковые теле- и радиошколы («Телешко», «RADIO KIDS FM» и другие), а также выпуски программ по изучению башкирского и других языков («Учу башкирский язык», «Һаумыһығыз», «Говорим по-русски»), позволяющие создавать своеобразную методическую и познавательную базу для самостоятельного изучения языка;
- фольклор – развитие жанров «фольк» как в музыкальном вещании, так и в литературном, публицистическом вещании («Шандау» (башк. – отголосок, эхо) на портале «Утро столицы» и другие);
- популяризация национальной литературы, например, на радио «Ашкадар»; в передачах «Әзәби кунакхана» («Литературная гостиная»), «Кунағәй» («Гостевая»), «Язмыштарза – ил тарихы» («История и судьбы»), «Оло Башкортостан» («Большой Башкортостан», или «Соотечественники») и в таких телепередачах, как «Новости культуры» – ежедневной информационно-просветительской программе на канале «Россия Культура Башкортостан», в рамках которой, помимо новостей, выходят тематические рубрики «Вернисаж», «Прогулки по Уфе», «Киноальбом» с новыми форматами подкастинга для знакомства с классическими и современными произведениями башкирских классиков и современной башкирской литературы;
- представленность радио- и телетеатра как формата, зародившегося в недрах литературно-музыкального направления и отличавшегося звуковым и визуальным представлением текстов пьес, оригинальной постановкой пьесы с каноничными для данного вида вещания приемами;
- этнопедагогическое (воспитательно-просветительское) направление, отражающее основные положения просветительского вещания («Тамыр», «Даирә» («Круг общения»), «Мәнфәғәт» («Интерес» и пр.));
- музыкальный фольклор (сохранение языка через тиражирование национальных музыкальных произведений (фольк-музыка, этномузыка, поп-музыка);
- эфирный формат культурных конкурсов в виде марафонов, посвященных юбилеям известных деятелей культуры и искусства РБ, дням культуры (в частности, телевизионный конкурс юных исполнителей башкирской классической музыки «Елкән» («Парус»);

VI Открытый Республиканский фестиваль башкирского рока «Великая степь» посвященный памяти легендарных основателей башкирского рока; IX Открытый Республиканский конкурс-фестиваль культур «Наследие» им. Г. Альмухаметова и многие другие).

Таким образом, телерадиовещание РБ является важнейшим фактором сохранения и развития башкирского языка, что актуализировано языковым пространством в полилингвальном регионе России. Репрезентируется при этом не только информационная политика теле- и радиоканалов, но и их социально-культурная значимость, позволяющая концентрировать внимание на процессах качественных перемен в жизни этноса, способствовать созданию языковой среды для сохранения и развития этнических традиций и культур народов.

Список литературы

- 1 Алиева, С. А. Радиовещание / С. А. Алиева, Т. А. Ульмясбаева // Региональный интерактивный энциклопедический порта «Башкортостан». – URL : <https://bashenc.online/ru/articles/78694/> (дата обращения 11.08.2024).
- 2 Аюпова, Л. Л. Роль языковой компетенции и ценностных ориентаций индивида при описании языковой ситуации / Л. Л. Аюпова, Э. А. Салихова // Вестник ВЭГУ: Научный журнал. – № 29/30. Филология. – Уфа: «Восточный университет», 2007. – С.14-23.
- 3 Государственная программа «Сохранение и развитие государственных языков Республики Башкортостан и языков народов Республики Башкортостан» (постановлением Правительства Республики Башкортостан от 29 января 2024 г. № 17) – URL: <https://docs.cntd.ru/document/407102169> (дата обращения : 10.08.2024).
- 4 Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. – М. : Наука, 2008. – 180 с.
- 5 Дорошук, Е. С. Национальное радиовещание как фактор сохранения национального языка (на примере татароязычных радиостанций Республики Татарстан) / Е.С. Дорошук, А.А. Гусейнова // Международный научно-исследовательский журнал, 2024. – №5 (143). – URL: <https://research-journal.org/archive/5-143-2024-may/10.60797/IRJ.2024.143.111> (дата обращения : 08.08.2024).
- 6 Ишмуратов, Х. Х. О работе государственных органов Республики Башкортостан по сохранению и развитию языков и культур народов республики Башкортостан // Ватандаш, 2001. – № 9. – С. 6-14.
- 7 Ниязова, Г. М. Современное информационное пространство полиэтничного региона: этнолингвофункциональный подход : специальность 10.02.19 «Теория языка» : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : / Гульсина Мавлютовна Ниязова. – Краснодар, 2008. – 44 с.
- 8 О Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года : утв. Указом Президента РФ от 19 декабря 2012 г. № 1666. – URL: <http://government.ru/news/26013> (дата обращения : 08.08.2024).
- 9 Салихова, Э. А. Формирование этнической идентичности: возможности в профилактике деструктивной этнорегиональной маргинальности / Э. А. Салихова, Н. Г. Искужина // Вестник ВЭГУ: Научный журнал. – Сер. Гуманитарные науки. – № 2 (70). – Уфа: «Восточный университет», 2014. – С. 133-138.
- 10 Салихова, Э. А. Функционирование языков в сфере массовой коммуникации / Э. А. Салихова, Н. Г. Искужина // Языковая мозаика г. Уфы : коллективная монография / Э.А. Салиховой (отв. ред.) – Уфа : Аэтерна, 2021. – С. 372-382.

А. Н. ТКАЧЕВАСанкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения
(Санкт-Петербург, Россия)**СВОЕОБРАЗИЕ РАЗГОВОРНОГО СТИЛЯ
ВО ФРАНЦУЗСКОМ КИНОДИСКУРСЕ****PECULIARITY OF CONVERSATIONAL STYLE
IN THE FRENCH FILM DISCOURSE****Аннотация**

Статья посвящена особенностям разговорного стиля во французском кинодискурсе. Персонажи фильмов часто и легко используют бранные слова, чтобы оскорбить собеседника в процессе конфликтного общения. При помощи междометных ругательств герои также выражают свои сильные негативные эмоции: презрение, отвращение, грусть, раздражение. В дискурсе героев самыми популярными бранными словами являются 'la merde', 'le cul', 'le con', 'le putain', 's'en foutre', 'la gueule'. Эти лексемы имеют негативный эмоциональный оттенок. В статье высказывается предположение о том, что вульгарные слова теряют свой табуированный статус из-за смешения разговорно-бытового и жаргонного языковых стилей в современном французском языке. Некоторые французские академические словари допускают употребление вульгарных слов в повседневной разговорной речи.

Abstract

The article is devoted to the features of the conversational style in the French film discourse. The films characters often and easily use abusive words to offend the interlocutor in the process of conflict communication. With the help of insulting interjections the characters also express their strong negative emotions: contempt, disgust, sadness, irritation. In the discourse of heroes the most popular swear words are 'la merde', 'le cul', 'le con', 'le putain', 's'en foutre', 'la gueule'. These words have a negative emotional tone. It is suggested that vulgar words lose their taboo status due to the mixing of colloquial and slang language styles in modern French. Some French academic dictionaries allow to use vulgar words in everyday colloquial speech.

Ключевые слова: фильм «Таможня дает добро», фильм «Бобро поржаловать», французский язык, французское кино, словарная стилистическая помета, вульгарная лексика, разговорная речь.

Keywords: film "Welcome to the Sticks", film "Nothing to Declare", French language, French cinema, dictionary stylistic label, informal vocabulary, colloquial speech.

Во Франции комедийные фильмы очень востребованы и популярны. Больше половины французского населения предпочитает просмотр комедий в психотерапевтических целях: для снятия стресса, улучшения настроения, смены обстановки, восстановления сил и т.д.

В основе всех художественных фильмов лежит конфликт, как краеугольный камень любой драматургии. Персонажи фильмов в своей речи отклоняются от принятой литературной языковой нормы, прибегают к экспрессивным синтаксическим конструкциям, эмоциональным словам и выражениям разговорного стиля, чтобы выглядеть более убедительными, выразительными. В дисгармоничной, враждебной коммуникации и аффектном состоянии персонажи французских фильмов используют вульгарные (грубые/бренные/нецензурные) слова для ругательств и эмоциональных восклицаний. Бранная

лексика передаёт напряжённую психологическую атмосферу, выражает настроение, чувства, переживания говорящих, чаще отрицательные [Ткачева, 2022, с. 521].

Для репрезентации отрицательных эмоций героев в комедиях французского режиссера Д. Буна «Бобро поржаловать» (реж. Д. Бун, 2008) и «Таможня даёт добро» (реж. Д. Бун, 2010) используется следующая некодифицированная лексика: ‘buter’; ‘la conasse’; ‘le con’ / ‘la conne’; ‘la connerie’; ‘le cul’; ‘emmerder’; ‘la merde’; ‘le putain’; ‘s’en foutre’; ‘l’enculé’; ‘la gueule’; ‘le salaud’; ‘se taper’ и др.

В одних случаях персонажи прибегают к ругательствам без намерения серьёзно обидеть оппонентов, а с целью выразить свои негативные эмоции:

- “Mon cul!” («Черт!»);
- “Qui s’en fout” («На это плевать»);
- “Je me crève le cul” («Я вкалываю»);
- “à la con” («дурацкий»);
- “Oh, putain” («Черт»).

В других случаях герои кричат, грубят, обзываются, чтобы:

- 1) прямо унижить и дискредитировать моральные и умственные способности собеседников;
- 2) обесценить положение людей в социальной и этнической группе;
- 3) открыто выразить враждебные чувства (гнев, отвращение, неприятие, раздражение и др.).

Герои проявляют агрессию в общении с родственниками, коллегами, посторонними, и коммуникация становится недружелюбной, грубой:

- “Je t’explose ta gueule!” («Я тебе башку снесу!»);
- “Je te bute” («Я тебя ужокошу»);
- “Tête de con” («Балбес»);
- “Gros cons” («Ублюдки»);
- “T’es conne, Louise” («Ты дурочка, Луиза»);
- “T’arrêtes de te foutre de ma gueule?” («Так, ты перестанешь надо мной издеваться?»);
- “Pour emmerder ta famille?” («Чтобы попортить нервы семье?»).

Поражает та легкость, с которой киногерои жонглируют ругательствами, частота их применения в речи [Панкратова, 2023, с. 73].

О чем может свидетельствовать высокая частотность сквернословия во французском кинодискурсе?

Возможно, причина этого явления кроется в постепенном размывании языковых барьеров, когда все слои населения французского общества начинают непринужденно использовать бранную лексику. Доказательством этому предположению служит проведенный сравнительно-сопоставительный анализ неоднородных стилистических ремарок в описательных словарях. Например, обнаруживается, что в современном академическом энциклопедическом словаре “Le Petit Larousse” (PL) некоторые слова помечаются как вульгарные (vulg.), а в словаре “Le Nouveau Petit Robert” (NPR) – как разговорные (fam.) (см. Таблица):

Стилистические пометы бранных слов в словарях

слово	PL	NPR
<i>le con</i>	vulg.	fam.
<i>le cul</i>	vulg.	fam.
<i>la merde</i>	vulg.	fam.
<i>le salaud</i>	vulg.	fam.

Комментарий *вульгарный* (vulg.) показывает, что слово входит в табуированный лексикон, а, следовательно, это слово запрещено к употреблению в приличном обществе (“vulgaire – mot à la réalité frappée de tabou, le plus souvent d’ordre sexuel ou excrémental”) (PL) [5].

Ремарка *разговорный* (fam.) означает, что слово используется в повседневной жизни и соответствует разговорному стилю речи (“le registre familier” – “la langue quotidienne, conversation, concerne la situation de discours, de communication”) (NPR) [6]. Разговорные слова используются всеми людьми, независимо от их социальной среды, они окрашены различными эмоциональными оттенками. Считается, что свидетельство в словаре является доказательством того, что слово получило общественную санкцию и принято языковым коллективом [Ткачева, 2018, с. 135]. Помета *разговорный* (fam.) допускает употребление слова в неофициальной обстановке.

Разнобой словарных помет объясняется тем, что «языковая норма, которая является эталоном письменной и устной речи в данном обществе в определенную эпоху времени, начала меняться» [Козырева, 2012, с. 88]. По-видимому, сфера применения вульгарной лексики во французской коммуникации становится шире, и табуированность ругательств снижается из-за смешения и взаимопроникновения разговорно-бытового и жаргонного функциональных языковых стилей.

Итак, проведенный анализ разговорного стиля в дискурсе героев французских комедий выявил, что непристойные слова часто и легко используются для выражения негативных чувств и эмоциональных восклицаний. Этот факт является характерной приметой современного французского кинодискурса в целом. При этом в различных энциклопедических словарях современного французского языка одна и та же лексическая единица может помечаться то как разговорная, то как вульгарная.

Список литературы

1. Козырева, М. М. Особенности употребления ненормативной лексики и сложности ее перевода с английского языка на русский (на материале фильма «Дневник Бриджит Джонс») // Вестник РГГУ. Серия: История. Филология. Культурология. Востоковедение. – 2012. – № 8 (88). – С. 87–94.
2. Панкратова, С. А. Инвективная лексика в зарубежном кинодискурсе последней декады // СибСкрипт. – 2023. – Т. 25. – № 1 (95). – С. 66–74.
3. Ткачева, А. Н. Историко-лингвистические сведения во французской лексикографии // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2018. – № 1 (124). – С. 135–138.
4. Ткачева, А. Н. Функционирование стилистически сниженной лексики во французском фильме «Неприкасаемые» О. Маршала / А. Н. Ткачева, Л. А. Авакян // Вестник Удмуртского университета. Серия История и филология. – 2022. – Т. 32. – № 3. – С. 514–523. DOI: 10.35634/2412-9534-2022-32-3-514-523
5. Le Petit Larousse. Les mots de la langue. Les noms propres. Les cahiers thématiques inédits. La chronologie. – Paris: Larousse, 2003. – 1818 p.
6. Le Nouveau Petit Robert. Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française. – Paris: Dictionnaires Le Robert, 2003. – 2947 p.

Н. И. ФЕДОСЕЕВА, А. Е. ИВАНОВА

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)
(Ростов-на-Дону, Россия)

**ВИЗУАЛЬНЫЙ КОНТЕНТ В СЕТЕВЫХ СМИ
КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ**

**VISUAL CONTENT IN ONLINE MEDIA AS AN EFFECTIVE WAY
OF MEDIA COMMUNICATION**

Аннотация

Исследование инструментов визуализации контента в сетевых СМИ является актуальным как с точки зрения технологического развития, так и с точки зрения потребностей современного информационного общества. Сегодня пользователи интернета все больше предпочитают визуальный контент текстовому. Графики, инфографика, видео и анимация становятся ключевыми элементами, которые помогают быстрее и эффективнее воспринимать информацию. В свою очередь, процесс развития технологий открывает новые возможности для визуализации контента и позволяет создавать более сложные и интерактивные визуальные материалы. Все это имеет большое значение для современных СМИ, задача которых – транслировать актуальную реальность всеми доступными, понятными и вовлекающими аудиторию способами. В данной научной работе проведен анализ визуального контента в сетевом издании «Известия». Исследование направлено на выявление современных способов представления информации для интернет-медиа. Кроме того, авторами проведен опрос пользователей интернета, читающих онлайн-СМИ, для выявления тенденций визуализации контента в современных медиа.

Abstract

The study of content visualization tools in online media is relevant both from the point of view of technological development and from the point of view of the needs of the modern information society. Today, Internet users increasingly prefer visual content to text. Graphs, infographics, videos and animations are becoming key elements that help you absorb information faster and more effectively. In turn, the process of technology development opens up new opportunities for content visualization and allows the creation of more complex and interactive visual materials. All this is of great importance for modern media, whose task is to broadcast current reality in all accessible, understandable and engaging ways for the audience. This scientific work analyzes the visual content in the online publication Izvestia. The study is aimed at identifying modern methods of presenting information for Internet media. In addition, the authors conducted a survey of Internet users who read online media to identify trends in content visualization in modern media.

Ключевые слова: визуализация контента, инфографика, сетевые СМИ, «Известия», запросы аудитории, интерактивность.

Keywords: content visualization, infographics, online media, “Izvestia”, audience needs, interactivity.

В современном мире медиаконтент все активнее способствует развитию так называемого «визуального синдрома», считает исследователь Г. Г. Почепцов [Почепцов, 2001]. СМИ стремятся воплощать любую информацию в визуальное представление. Ученый Московского политехнического университета С. С. Распопова объясняет это тем, что

«в условиях медиареальности слова уже не являются основным инструментом, раскрывающим содержание, они выступают средствами выражения преобразованных образов, поэтому метафора активно используется сегодня журналистами как средство визуализации текста и как средство выражения отношения к определенному событию или явлению. Образ, представленный в медиатексте, дает знание не об отдельных изолированных сторонах действительности, он позволяет представить целостную мысленную картину отдельного участка действительности. Картинка на уровне мысли в СМИ – это эффективный способ визуализации» [Распопова, 2012, с. 102].

Исследователь С. И. Симакова пишет о том, что «в современных СМИ визуализация информации проявляет себя на двух уровнях: формальном и содержательном. В то же время очевидно, что визуальная информация неоднородна по формам и типам» [Симакова, 2015, с. 164]. Ученый также выделяет традиционные виды визуального контента в сетевых медиа, а именно: «иллюстрации, фотографии, инфографика, иные формы мультимедийного контента» [Там же]. Предложенные виды визуального контента легли в основу нашего анализа.

Следующим шагом нашего исследования стало проведение опроса с использованием Google-формы с целью выявления тенденций в развитии визуального контента. В качестве респондентов выступили 346 жителей Ростовской области. Из результатов опроса было установлено, что более половины респондентов (178 человек, что составляет 51%) отметили, что им удобнее получать информацию, сопровождаемую инфографикой или фотографией. Участники опроса считают, что это удобно, так как появляется возможность сохранять информацию, а визуализация помогает лучшему усвоению материала благодаря ассоциативному мышлению. 103 опрошенных (30%) не смогли дать однозначный ответ, поскольку визуализация может быть различной, и иногда проще прочитать текст, чем разбираться в сложных изображениях и символах. Только 35 человек предпочли просмотр видео, в то время как 30 человек отдали предпочтение текстовой информации. Результаты опроса представлены на рисунке 1.

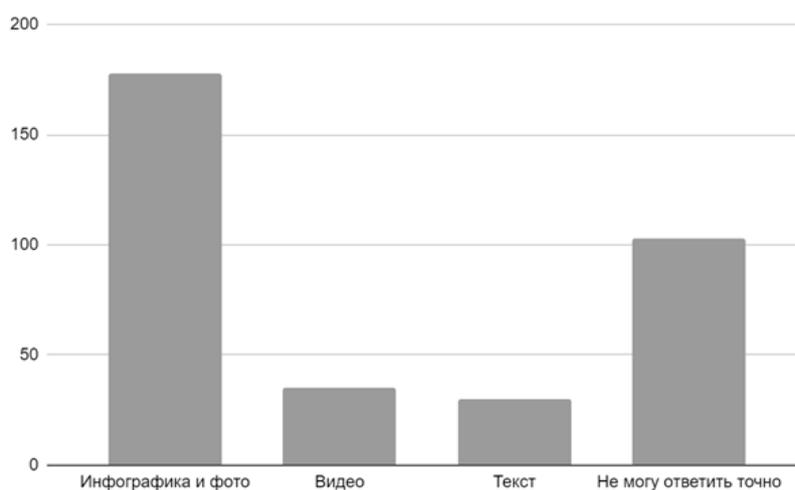


Рис. 1. Популярные виды медиаконтента (опрос аудитории)

Таким образом, можно говорить о том, что сегодня как никогда для медиа важны четкость и системность коммуникации. Журналистам необходимо адаптировать издание под новые запросы аудитории [Клеменова, Муха, Федосеева, 2022].

Примером хорошей и качественной визуализации, на наш взгляд, может служить сетевое издание «Известия».

В ходе выявления инструментов визуализации контента, характерных для сетевых СМИ, было проанализировано 125 публикаций в издании «Известия» за 2023-2024 гг.

«Известия» – одно из старейших ежедневных российских газет, основанное в 1917 году. Сейчас «Известия» имеют свой официальный сайт и активно присутствуют в интернет-пространстве через социальные сети и другие онлайн-площадки. Они предоставляют новости, аналитику, комментарии и другую информацию как в печатном, так и в цифровых форматах, чтобы быть доступными широкому спектру аудитории. Отметим, помимо популярных рубрик, таких, как «Политика», «Спорт», «Общество» и прочее, в СМИ присутствуют разделы «Инфографика», «Видео», «Фото», «Мнения» и «Статьи». Именно в этих разделах визуальный контент превалирует над текстовым.

Как большинство современных информационно-аналитических изданий, «Известия» используют различные инструменты визуализации для привлечения читателей и передачи информации более наглядным образом. В ходе исследования мы выявили самые распространенные формы визуальной коммуникации в данном СМИ.

1. Интерактивная инфографика. «Известия» с помощью интерактивной инфографики показали через какие города России проходит Транссибирская и Байкало-Амурская железнодорожные магистрали. Кроме того, они с помощью интерактивной инфографики наглядно демонстрируют продвижение вооруженных сил России в специальной военной операции. Пример на рисунке 2.



Рис. 2. Пример интерактивной инфографики в материала о Транссибирской и Байкало-Амурской железнодорожной магистрали

2. Видео-материалы. «Известия» могут использовать видеоролики как инструмент визуализации. Чаще всего это короткие репортажные отрывки с места событий во время проведения СВО или же короткий пересказ новости с текстом и аудиодорожкой. Так, с помощью видео «Известия» рассказали и показали, как в Питере дороги превратились для жителей и пользователей транспорта в каток. Пример на рисунке 3.

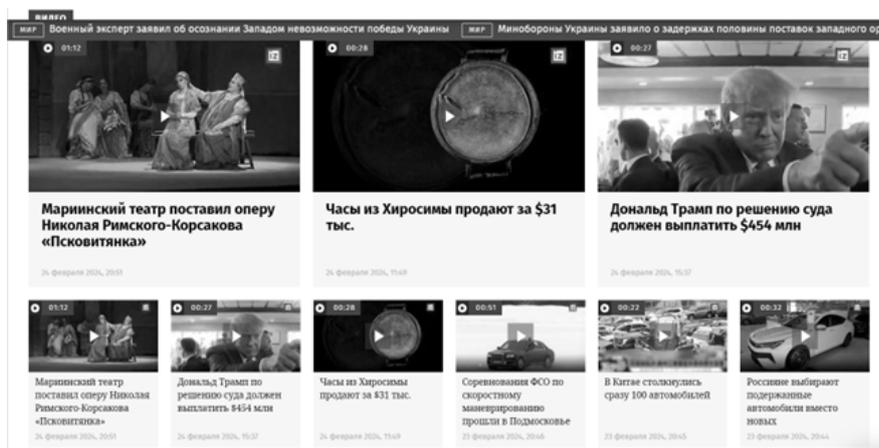


Рис. 3. Пример коротких видеороликов к материалам в «Известиях»

3. Фотографии и фотогалереи. Редакция «Известий» в каждом материале на сайте используют для визуализации новостей и событий фотоматериалы. Они публикуют отдельные фотографии фотокорреспондентов или же иллюстрации из свободных источников, чтобы предоставить читателям наглядной представление о происходящем. Более того, у них есть отдельная вкладка в меню управления с названием «Фото», где рассказывается в фотографиях какая-либо история. Пример на рисунке 4.

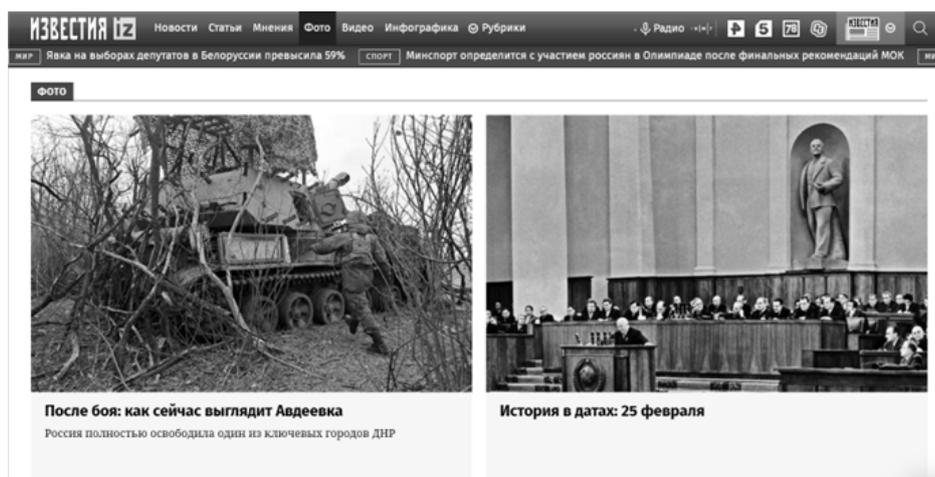


Рис. 4. Фотогалерея редакции «Известий»

Благодаря использованию всех способов визуализации материалы на сайте известия читают в среднем около 8 тысяч человек в день. Для сравнения, федеральное СМИ «КоммерсантЪ», которое использует меньше приемов визуализации контента, ежедневно читают в среднем каждый материал около 5 тысяч человек в день [5].

Проведенный анализ визуального контента в сетевом СМИ «Известия» подчеркивает важность эффективного использования разнообразных каналов коммуникации в современных медиа. Интерактивная инфографика, фотоматериалы и видео позволяет изданиям донести информацию по широкой аудитории более наглядным и привлекательным способом. Эти инструменты нацелены на привлечение внимания читателей, с помощью них информация становится более понятной. Такой подход способствует улучшению восприятия материалов и повышает вовлеченность аудитории.

Во время анализа мы сделали выводы, что самым популярным визуальным инструментом в «Известиях» является инфографика. В среднем на каждом материале наблюдается около 15 тысяч просмотров. Отметим, что инфографика является сложным жанром.

Редакция «Известий» делает анимированную инфографику, из-за чего выпуски материалов с ее использованием достаточно редкие и непостоянные. На втором месте по популярности идут короткие видеосюжеты. Разница с инфографикой у них достаточно большая: видео смотрят в среднем около семи тысяч пользователей. Однако, в данном СМИ они появляются гораздо чаще. Данный вывод полностью подтверждает результаты проведенного нами опроса, где самым популярным ответом являлась визуализация в виде инфографики.

Стоит также сказать о том, что инструменты визуализации контента в сетевых СМИ – достаточно трудоемкий процесс. Если редакция СМИ хочет успевать за трендами и запросами аудитории, то журналистам приходится сильно адаптироваться и оптимизировать свою работу. Создание инфографики и видеороликов, помимо определенных профессиональных навыков, требует много времени и дополнительных программ. Из-за чего новость уже может перестать быть актуальной для читателя. «Известия» отличаются от других крупных российских СМИ тем, что они стараются соответствовать всем запросам аудитории и не боятся пробовать новые форматы. Сейчас, с приходом нейросетей, вполне вероятно, что редакция «Известий» сможет быстрее делать визуальный ряд к своим материалам.

Список литературы

1. Клеменова, Е. Н. Принципы современной конвергентной журналистики / Е. Н. Клеменова, А. В. Муха, Н. И. Федосеева // Вестник КНИИ РАН. Серия: Социальные и гуманитарные науки. – 2022. – № 1 (1). – С. 124-131.
2. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001. – 651 с.
3. Распопова, С. С. Автор мультимедийного текста // Журналист. Социальные коммуникации. – 2012. – № 2. – С. 84-90.
4. Симакова С. И. Влияние новых технологий на визуальный контент журналистских материалов // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – №5 (360). – С. 163-169.
5. Известия – сетевое издание. URL: <https://iz.ru> (дата обращения: 01.03.2024).

Л.М. ЧЕРНЫШЕВА

Удмуртский государственный университет
(Ижевск, Россия)

СТРУКТУРНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИНВЕРСИИ В УДМУРТСКОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ

STRUCTURAL CHARACTERISTICS OF INVERSION IN UDMURT JOURNALISM

Аннотация

Статья посвящена описанию основных вариативных возможностей инверсии в удмуртской публицистике на примере текстов республиканской газеты «Удмурт дунне» за 2020–2023 гг. Несмотря на то, что нейтральное расположение удмуртского предложения ориентировано на SOV-конструкции, в публицистических текстах распространены другие варианты словопорядка (SVO, VSO, VOS, OVS, OSV). Различные вариации

расположения слов в предложении способны не только сохранить информативность предложений, но и усилить их экспрессивность, акцентировать внимание реципиента на наиболее важной лексеме или фразе, придать особую ритмическую организацию всему тексту, усилить или передать эмоциональность. Все это позволяет выразить интенции автора и выполнить основные функции публицистического стиля.

Abstract

The article is devoted to the description of the main variable possibilities of inversion in Udmurt journalism on the example of the texts of the republican newspaper Udmurt Dunne (2020–2023). Despite the fact that the neutral location of the Udmurt sentence is oriented towards SOV constructions, other variants of the word order (SVO, VSO, VOS, OVS, OSV) are common in journalistic texts. Various variations of the arrangement of words in a sentence can not only preserve the informative nature of sentences, but also enhance their expressiveness, focus the recipient's attention on the most important lexeme or phrase, give a special rhythmic organization to the entire text, enhance or convey emotionality. All this allows you to express the author's intentions and perform the main functions of the journalistic style.

Ключевые слова: удмуртский язык, инверсия, порядок слов, публицистический стиль.

Keywords: Udmurt language, inversion, word order, journalistic style.

Публицистический стиль характеризуется наличием большого количества экспрессивных средств, реализуемых на всех уровнях языка. Среди приемов экспрессивного синтаксиса в удмуртском языке выделяется инверсия – обратный порядок слов. Среди основных возможностей данного стилистического приема можно отметить следующие: акцентирование внимания на наиболее важной единице предложения, передача эмоциональности, реализация воздействующей функции, оптимизация восприятия информативной составляющей текста.

Нейтральный, или прямой, словопорядок в удмуртском языке традиционно имеет конструкцию SOV [Гаврилова, 1970, с. 108–109]. Нарушение данной конструкции приводит к инверсированному словопорядку. Несмотря на то, что в современной лингвистике зарождается мнение о том, что SVO становится для удмуртского языка нейтральной [Asztalos, 2020, с. 16], в данной статье в качестве нейтральной конструкции рассматривается SOV-структура.

Рассмотрим на примере материалов республиканской газеты «Удмурт дунне» за 2020–2023 гг. наиболее частотные конструкции инверсированных предложений.

1. Как известно, инверсия может быть распространена на все предложение или какие-либо ее элементы. При инверсии предложение может зеркально трансформироваться в VOS конструкцию. Зеркальная конструкция может влиять на создание определенной ритмической организации текста, способствовать акцентированию внимания реципиента на наиболее значимых семантических единицах, передавать или усиливать эмоциональность, тем самым воспроизводя субъективные интенции автора. Рассмотрим пример: Азьланьтӥське Можгаын но Воткаын поликлиникаосты жӱтон [Тугашова, 2022, с. 1]. 'В Можге и Воткинске продолжается строительство поликлиник'. Трансформация словопорядка в данном примере способствует выделению этого предложения из потока текста посредством особой ритмической организации и акцентирования внимания на продолжении строительства поликлиник.

2. В других случаях подлежащее может занимать ауслатную позицию без наличия зависимых членов (OVS): Данэ поттӥз «Дуно куно» [Скворцова, 2023, с. 1]. 'Прославленным сделал «Дорогой гость»'. В данном примере акцентируется внимание на том, благодаря чему была получена слава.

Довольно часто можно встретить примеры, в которых происходит перемена позиций центра сказуемого и центра подлежащего. В этом случае, зависимые слова остаются в препозиции по отношению к своим главным членам, однако сами главные члены меняются местами. Приведем пример: Люкасъемъёс азын кырзэзы «Айкай» театрысь артистъёс [Скворцова, 2020, с. 5]. 'Перед собравшимися спели артисты из театра «Айкай»'.

3. В текстах «Удмурт дунне» также можно встретить конструкцию с перестановкой подлежащего ближе к сказуемому (OSV): Огъя верано ке, 2 ар куспын вуж «буханкаосты» 228 выль машинаос воштйзы [Тугашова, 2022, с. 1]. 'Одним словом, за 2 года 228 новых машин заменили старые «буханки»'. Конструкция данного предложения позволяет публицисту подчеркнуть подлежащее в предложении. В настоящем примере акцентируется внимание на том, что старые машины были заменены на новые. При этом подлежащее встраивается в центр сказуемого, разделяя его с предшествующим дополнением.

4. Также можно встретить конструкцию VSO, при котором подлежащее встраивается в инверсированный центр сказуемого, и располагается между сказуемым и дополнением: Нош тупато соос ваньзэ: лобзон-пуксён полосаез, перронэз, терминалэз но мукет [Корепанова, 2022, с. 5]. 'А чинят они все: взлетно-посадочную полосу, перрон, терминал и другое'. В данном примере автор выделяет возможность рабочих починить все, после чего предлагается список того, что подлежит исправлению.

5. На страницах газеты «Удмурт дунне» также широко представлены SVO конструкции: Депутатъёс юнматйзы муниципал кылдытэтъёслы округъёсы огазаянэн герзаськем законъёсты [Никитина, 2021, с. 3]. 'Депутаты утвердили для муниципальных образований законы, связанные с объединением в округа'. Как уже упоминалось выше, венгерский исследователь Э. Асталос рассматривает подобный порядок слов как нейтральный [Asztalos, 2020, с. 16]. Данный процесс ученый объясняет влиянием русского языка, для которого как раз характерна конструкция SVO [Asztalos, 2023, с. 253].

С нашей точки зрения, функционирование указанных синтаксических структур обусловлено стремлением сказуемого к приближению к подлежащему с целью сохранения грамматической связи и облегчения тем самым восприятия информации. О данной функциональной нагрузке словопорядка речь идет в трудах многих удмуртских лингвистов [Перевошиков, 1937, с. 48; Конюхова, 1941, с. 37; Булычев, 1947, с. 46 и др.]. Рассмотрим пример: Быдэн 2 автомобильёс вуизы Пичи Пурга, Балезино, Вавож, Сюмси, Съёлта, Шаркан, Якшур-Бодья эмъяськонниосы, 10 машина келямын Эгра больницаы, 8 – Дэри ёросэ, 7 – Кез, 6 – Дэбёс ёрос больницаосы но мукетъёсаз [Тугашова, 2022, с. 1]. 'По 2 машины прибыли в больницы Малой Пурги, Балезино, Вавожа, Сюмсей, Селтов, Шаркана, Якшур-Бодьи, 10 машин отправлено в больницу Игры, 8 – в Завьяловский район, 6 – в больницу Дебесского района и в другие'. Такой порядок слов способствует облегчению восприятия информации.

6. Аналогично перестановке внутри центра сказуемого и его составляющих, происходит перемена мест определения и определяемого слова. Однако, как показывают собранные лингвистические материалы, данная трансформация встречается реже, поскольку определение в удмуртском языке располагается перед определяемым словом. Это правило обусловлено тем, что в некоторых случаях именно порядок слов определяет принадлежность слова к определенной части речи, поэтому, при перестановке определения оно может перейти в другую часть речи и исказить смысл предложения. Однако, при удачно употребленной перестановке, инверсия только усиливает выразительность текста: Газетлэн улонэз кузь медло [Семенова, 2023, с. 1]. 'Жизнь газеты длинной пусть будет'.

7. Как отмечает в своих исследованиях М. Н. Булычев, обстоятельства в удмуртском предложении могут занимать самые различные позиции. [Булычев, 1947, с. 75]. В то же время ученый подчеркивает, что местоположение обстоятельств все же находится «в известной зависимости от места подлежащего и сказуемого» [Булычев, 1947, с. 73]. Так, к примеру, предложение может начинаться с обстоятельства места и завершаться обстоятельством времени: Шаерамы со вамышен-вамьшен пычаны кутскиз ни кылем арлэн кутсконысеныз [Никитина, 2021, с. 3]. ‘В нашей местности он шаг за шагом уже начал выпитываться с начала прошлого года’.

Однако обстоятельства не имеют закрепленных позиций в предложении, они могут меняться местами: Собрере вань калык шулдыр мылкыдын, арган шудэм-кырзан улсын вамыштйз азылань – Кузубай Гердлэн памятникез доры [Скворцова, 2020, с. 5]. ‘Затем весь народ с веселым настроением, под игру-пение гармони, шагнул вперед – к памятнику Кузубая Герда’. В данном примере обстоятельство времени начинает предложение, а обстоятельство места его завершает. При этом, обстоятельство места делится на две части, где вторая содержит пояснение, уточнение и пунктуационно (посредством тире) разграничивается от всего предложения в целом, тем самым добавляя особый акцент и подчеркивая последнюю информацию.

Или же, к примеру, обстоятельство места может стоять посередине, сохраняя стандартную конструкцию удмуртского предложения: Таچه инты Ижын ой вал на [Скворцова, 2023, с. 2]. ‘Такого места в Ижевске еще не было’. Таким образом, местоположение обстоятельств зависит от расположения главных членов предложения, а также от интенций автора.

Важно отметить, что в удмуртской публицистике также довольно распространено чередование конструкций внутри частей сложного предложения: Со сярись тодэ ваёнъёс-сэ вераз Николай Мусалимов – чапак соку со кивалтйз «Удмурт Кенеш» огазеяськонэн [Скворцова, 2020, с. 5]. ‘Свои воспоминания про это рассказал Николай Мусалимов – как раз тогда он руководил ассоциацией «Удмуртский Союз»’ Первая часть данного сложного предложения построена соответственно конструкции OVS, тогда как конструкция второй части – OSV. Подобное чередование довольно распространено в «Удмурт дунне» и образует необходимую ритмическую организацию предложения и статьи в целом.

Таким образом, помимо традиционной, нейтральной SOV конструкции удмуртское предложение может быть построено по другим конструкциям: SVO, OVS, OSV, VSO, VOS. Подобная вариативность словопорядка способствует образованию инверсии и наделяет ее большим потенциалом, позволяя выделить различные части предложения, акцентируя тем самым внимание на более важных лексемах и фразах. Инверсия может характеризоваться трансформацией конструкции всего предложения, переменной групп центров местами или же перестановками внутри самих центров. При этом предложение не только сохраняет свою информативность, но усиливает выразительность публицистического текста, передает эмоциональность, наделяет текст особой ритмичностью, что позволяет достигать субъективных интенций публициста. Все это дает возможность наилучшим образом выполнить основные функции публицистического стиля.

Список литературы

1. Булычев, М. Н. Порядок слов в удмуртском простом предложении. – Ижевск : Удмуртгосиздат, 1947. – 85 с.
2. Гаврилова, Т. Г. Порядок слов в удмуртском простом предложении // Записки УдНИИ. – 1970. – Вып. 21. – С. 107-118.
3. Конюхова, А. В. Предложения обособленной второстепенной членъёс // Удмурт кылын морфология но синтаксис вопросъёс. 2-тй сборник. / С. П. Горбушин (отв. ред.). – Ижевск : Удмуртгосиздат, 1941. – С. 44-67.

4. Корепанова, О. 5 ар ортчыса, Ижкаррез уд тодма // Удмурт дунне. – 2022. – № 32. – С. 5.
5. Никитина, Е. 25 муниципал округъёсын уломы // Удмурт дунне. – 2021. – № 12. – С. 3.
6. Перевощиков, П. Как переводить русский текст на удмуртский язык // Записки УдНИИ. – 1937. – Вып. 7. – С. 43-51.
7. Семенова, Г. Газетлэн улонэз кузь медло // Удмурт дунне. – 2023. – № 45. – С. 1.
8. Скворцова, Е. Асьмелэн вань таёе нуналмы! // Удмурт дунне. – 2020. – № 44. – С. 5.
9. Скворцова, Е. Данэ поттйз «Дуно куно» // Удмурт дунне. – 2023. – № 49. – С. 1.
10. Скворцова, Е. Инкуазе зымытйсь парк // Удмурт дунне. – 2023. – № 28. – С. 2.
11. Тугашова, Е. Гуртъёсы вуиз 62 машина // Удмурт дунне. – 2022. – № 32. – С. 1.
12. Asztalos, E. Focus in Udmurt: Positions, Contrastivity, and Exhaustivity // Finno-Ugric Languages and Linguistics. – 2020. – Vol. 9. – № 1-2. – Pp. 14-57. – URL : <https://full.btk.ppk.e.hu/index.php/FULL/article/view/88/94> (дата обращения: 11.06.2024).
13. Asztalos E. The expression of constituent negation in Udmurt: From scope-ambiguous to scope-transparent constructions // Acta Linguistica Academica. – 2023. – № 70 (2). – Pp. 248-283. – URL : https://www.researchgate.net/publication/371363679_The_expression_of_constituent_negation_in_Udmurt_From_scope-ambiguous_to_scope-transparent_constructions (дата обращения: 11.06.2024).

ЧЖАО ШУПИН

Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы
(Москва, Россия)

ОБРАЗ ПЕКИНА В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЕ И ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ЕГО СОЗДАНИЯ

THE IMAGE OF BEIJING IN ONLINE TOURISM ADVERTISING AND THE LANGUAGE MEANS OF ITS CREATION

Аннотация

Туристическо-рекреационная отрасль Китайской Народной Республики очень активно развивается и привлекает все больше и больше инвесторов. Туристическая интернет-реклама при этом активно используются с целью повышения эффективности коммуникации, а также ради облегчения контактных связей с зарубежными партнерами и клиентами. Как правило, используются рекламные тексты, направленные на определенную целевую группу / аудиторию. Туристическая интернет-реклама занимает главенствующую позицию среди рекламы услуг. Центральное место в этой области занимают богатые красочными фотографиями и рисунками туристические блоги и сайты, которые предлагают как крупные туристические операторы, так и маленькие туристические агентства, а также местные туристические фирмы и железнодорожные, автобусные, корабельные предприятия и авиакомпании. Образ Пекина в туристической интернет-рекламе встречается довольно часто. Пекин – столица Китая и один из самых крупных и исторически значимых городов в мире. Он обладает богатой историей, культурным наследием и уникальной атмосферой, что делает его привлекательным для туристов со всего мира. В связи с этим актуальным и значимым является исследование образа Пекина в туристической интернет-рекламе и языковых средств его создания.

Abstract

The tourism and recreation industry of the People's Republic of China is developing very actively and attracting more and more investors. At the same time, online tourism advertising is actively used to increase the effectiveness of communication, as well as to facilitate contact with foreign partners and customers. As a rule, advertising texts aimed at a specific target group / audience are used. Online tourism advertising occupies a dominant position among the advertising of services. The central place in this area is occupied by travel blogs and websites rich in colorful photographs and drawings, which are offered by both large travel operators and small travel agencies, as well as local travel companies and railway, bus, ship enterprises and airlines. The image of Beijing in online tourism advertising is quite common. Beijing is the capital of China and one of the largest and most historically significant cities in the world. It has a rich history, cultural heritage and a unique atmosphere, which makes it attractive to tourists from all over the world. In this regard, the study of the image of Beijing in online tourism advertising and the linguistic means of its creation is relevant and significant.

Ключевые слова: образ Пекина, туризм, интернет-реклама, языковые средства, Китай, лингвистика.

Keywords: the image of Beijing, tourism, online advertising, language tools, China, linguistics.

Реклама в сети интернет преимущественно размещается на популярных веб-сайтах с целью представления товаров и услуг массовому клиенту и содержит оперативную информацию, что призывает действовать (приобрести товар, воспользоваться услугами и т.д.). Поскольку интернет-реклама позволяет решать практически все задачи, стоящие перед малым и крупным бизнесом, ее использование приобретает все большие обороты. Современные технологии и интернет сделали доступ к информации о товарах и услугах невероятно простым. Люди могут быстро сравнивать цены, читать отзывы, находить акции и скидки, не выходя из дома. Это изменило потребительское поведение: теперь многие предпочитают онлайн-формат, так как он экономит время и усилия. Кроме того, доступность информации способствует более осозанным покупкам, так как потребители могут принимать решения на основе более полного понимания рынка. Но даже если они ничего не купят, информация о фирме и ее товаре/услуге запомнится. С развитием интернета и компьютерных технологий, именно интернет-реклама представляет особый интерес.

Туристическая интернет-реклама подразумевает туристический текст. Это специальные тексты, которые привлекают внимание потенциальных клиентов и побуждают их к действию. Такие тексты могут содержать: информацию о достопримечательностях, культуре и особенностях региона; специальные предложения, скидки на туры или отели; мнения других туристов, которые помогают создать доверие к предложению; призывы к действию: фразы, побуждающие к бронированию или получению дополнительной информации [7]. Туристическая интернет-реклама в виде туристического текста выполняет две функции: побудительную и информативную.

Рекламный дискурс является неотъемлемым элементом современной культуры. Общество потребителей ориентируется в невероятно широком ассортименте туристических направлений благодаря рекламным текстам, которые фактически направляют действия покупателей туристических продуктов и услуг, а именно помогают решить, какое из представленных направлений стоит посетить. Не подлежит сомнению, что реклама является своеобразным процессом коммуникации между продавцом и потенциальным покупателем [2].

Поскольку ведущей функцией любого рекламного текста является прагматическая, то грамматические, синтаксические, лексические, стилистические средства, использу-

емые в рекламных текстах, призваны привлечь внимание реципиента к рекламному объявлению, а значит, и к туристическому продукту, которую рекламируют. Для того, чтобы реклама была максимально влиятельной, она должна соответствовать следующим критериям: язык продавца и язык покупателя должны совпадать, обязательное соблюдение принципа «максимум фактов-минимум слов», язык рекламы должен напоминать язык беседы, отсутствие негативных коннотаций, правильный подбор выразительных синонимов, положительный заряд [4].

В туристической интернет-рекламе ставится акцент на исторические достопримечательности Пекина, архитектуру, природу, кулинарные традиции, а также возможность удачного шоппинга и интересных развлечений [1].

Исторические достопримечательности Пекина включают в себя такие места, как Запретный город, древние храмы, императорские дворцы, Великая Китайская стена и многие другие уникальные памятники. Туристы также могут посетить Храм неба, где императоры проводили церемонии в честь урожая, и Лама-храм, одно из самых известных буддийских святилищ в Китае [5].

Пекин также славится своей прекрасной архитектурой, современными небоскребами и традиционными китайскими постройками, а также обширными парками и озерами. Туристы могут насладиться красотой Летнего дворца, парков Цююаньхуа и Бейхай, а также посетить озеро Хохай и острова, расположенные в его окрестностях [3].

Кулинарные традиции Пекина также привлекают туристов. Город славится своей уличной едой, аутентичными китайскими ресторанами и разнообразными кулинарными шедеврами, такими как утка по-пекински, жареная лапша, пекинский хот-дог и многое другое [7].

Помимо этого, Пекин предлагает широкий выбор развлечений и возможностей для шоппинга. Туристы могут посетить традиционные китайские рынки, торговые улицы и современные торговые центры. Город также известен своими театрами, концертными залами и другими местами развлечений [1].

В целом, Пекин предлагает уникальное сочетание истории, культуры, архитектуры, кулинарии и развлечений, что делает его одним из самых захватывающих туристических направлений в мире. Образ Пекина в туристической интернет-рекламе строится на сочетании богатой истории, культуры, архитектуры, кулинарии, шоппинга и гостеприимства, чтобы привлечь внимание потенциальных туристов и побудить их посетить этот удивительный город.

Туристическая интернет-реклама должна, насколько это возможно, максимально соответствовать целевым групповым специфическим ожиданиям потенциальных адресатов. И тогда она будет пользоваться спросом среди туристов. Итак, туристическая интернет-реклама Пекина – это специфический вид рекламы, содержащий перечень предлагаемых туристических услуг, которые сопровождаются экстралингвистическим / иллюстративным и непосредственно вербальным информативным материалом.

Вводная часть, как правило, максимально короткая и в ней объединены мотивы личной выгоды, новизна продукта, его уникальность. Вводная часть туристической рекламы играет ключевую роль в привлечении внимания потенциальных клиентов. Вот несколько элементов, которые могут быть включены: яркий и запоминающийся заголовок, который сразу привлекает внимание; мощный эмоциональный призыв, который вызывает эмоции и мечты; краткое описание предложения; уникальное торговое предложение; призыв к действию, который побуждает не откладывать приобретение тура на долгий срок.

Информационный блок, который еще называют основным текстом, выполняет функции по углублению интереса к рекламируемому туристическому продукту (Пекину), обеспечивает коммуникацию с потенциальным потребителем через посредничество

подробной и достоверной информации о товарах или услугах, их характеристиках, особенностях. Путем аргументации выгод, которые получит человек вследствие посещения Пекина, туристическая интернет-реклама призвана сформировать желание купить тур в Пекин [6].

Туристический рекламный интернет-дискурс характеризуется употреблением разнообразных языковых средств, способствующих выражению рекламных текстов (например, вопросительные и побудительные предложения, диалогичность речи и т.п.). Использование эллиптических конструкций, фразеологизмов и вопросительных предложений способствует созданию более доверительной и непринужденной атмосферы в рекламных текстах. Эллиптические конструкции позволяют избежать избыточности и делают текст более динамичным. Фразеологизмы добавляют колорита и делают текст более живым. Вопросительные предложения вовлекают читателя в диалог. Все эти приемы помогают установить контакт с аудиторией и делают рекламное сообщение более привлекательным и запоминающимся. Стилистические средства туристического рекламного дискурса имеют прагматическую направленность. Достаточно интересным представляется доминирование такой особенности туристической интернет-рекламы, как «мы-дискурс», то есть попытка отождествить адресанта с адресатом, выразить собственную солидарность с ним – это важный психологический фактор, который влияет на успешность рекламы Пекина [8].

Справочные сведения о рекламодателе обычно включают следующие данные: полное официальное название; адрес, телефон, электронная почта и веб-сайт; краткая информация о деятельности, миссии и ценностях; графический элемент, представляющий бренд; ссылки на профили в социальных сетях; краткий обзор истории, ключевых событий и достижений; перечень предлагаемых товаров или услуг с краткими описаниями; информацию о крупных партнерах или известных клиентах. В конце часто звучит эхо-фраза – повторение ключевого сообщения или призыва к действию в конце рекламного обращения, чтобы усилить его эффект и запомниться аудитории [3].

Наряду со структурой, важное значение имеет форма рекламного обращения, то есть способ его представления. Как и другие характеристики, она призвана содействовать достижению рекламных и маркетинговых целей. Как свидетельствует практика, самыми эффективными рекламными обращениями являются те, в которых присутствует атмосфера взаимоуважения, искренности, заинтересованности, соответствие рекламы Пекина действительности.

Важное значение при разработке рекламного обращения имеет выбор его стиля. Под стилем понимают письменный или устный способ выражения мыслей путем подбора и соответствующего расположения слов, что предназначен для достижения ясности, эффективности, благозвучия. Стиль предполагает также манеру или тон, что принят в обращениях, а также специфический, отличительный, характерный способ поведения. Информацию в рекламе, рассчитанной на массового потребителя, дают в привлекательной, интересной, развлекательной форме. Нередко можно встретить лексические единицы из китайского языка, которые призваны отразить местный колорит Пекина [5].

Еще одной характерной чертой публицистического стиля можно считать наличие в туристической интернет-рекламе Пекина большого количества разнообразных средств выразительности. Средства выразительности языка можно разделить на несколько категорий: лексические, синтаксические и фонетические. Лексические средства выразительности – метафора, сравнение, олицетворение, использование синонимов и антонимов, а также эпитетов. Синтаксические средства выразительности включают инверсию, повтор, риторические вопросы, параллелизмы и оксюморон. Фонетические средства выразительности – аллитерация, ассонанс, ритм, звукозапись, а также клише и фразеологиз-

мы. Все они в своей совокупности помогают сделать речь более яркой, запоминающейся и эмоционально насыщенной.

В тексте туристической интернет-рекламы Пекина можно встретить разнообразную лексику: неологизмы, архаизмы, имена собственные, жаргонизмы, профессиональную лексику сферы туризма и т.п. Лексические средства выразительности туристической интернет-рекламы Пекина реализуются за счет использования разнообразных метафор, а также эпитетов. Последние представлены такими типичными прилагательными как: *хороший, лучший, дружелюбный, бесплатный, свежий, чудесный, красивый, приветливый, новый, отличный, гостеприимный, особенный, большой, настоящий, легкий, яркий, богатый* [1-8].

К распространенным грамматическим средствам выразительности туристической интернет-рекламы Пекина следует отнести: употребление риторических вопросов: «*Не пора ли устроить себе отпуск?*»), побудительных предложений вроде: «*Самое время устроить себе отпуск!*». Также отметим активное использование различных графических средств выражения, например: «*Хоть раз в жизни стоит побывать в Пекине!*» [1-8].

Информация относительно населения КНР, их поведенческих моделей, предпочтения и разнообразные табу, принятые в обществе Китая, передается с предельной точностью, чтобы избежать потенциальных казусов.

Образ Пекина в туристической интернет-рекламе создается с помощью языковых средств, которые подчеркивают его уникальность и привлекательность для посетителей. Некоторые из основных языковых средств, используемых для создания образа Пекина, включают:

1) экзотические и красочные описания: описание архитектуры, культуры, кухни и других аспектов города с использованием ярких и запоминающихся слов и фраз, чтобы привлечь внимание потенциальных туристов;

2) использование исторических и культурных символов: упоминание знаковых мест и памятников, таких как Запретный город, Храм неба и Великая Китайская стена, чтобы подчеркнуть богатство истории и культуры Пекина;

3) упор на современные достижения и развитие: упоминание высоких небоскребов, современных технологий и инноваций, чтобы показать, что Пекин – динамичный и современный город;

4) эмоциональное воздействие: использование эмоционально окрашенных слов и фраз для вызова чувства удивления, восторга и желания посетить этот город;

5) акцент на гостеприимство и традиции: подчеркивание гостеприимства местных жителей, традиций и обычаев для создания образа гостеприимного и уютного города.

Эти языковые средства помогают создать привлекательный образ Пекина в туристической интернет-рекламе и привлечь больше посетителей.

Таким образом, рекламный текст выполняет как информативную, так и прагматическую функции. Следовательно, такие тексты должны содержать достаточную информацию для читателей, текст должен быть корректным и удобным для чтения, иллюстрации – актуальными и красочными, определение цен – четким и правдивым, также должен быть указан контактный адрес или телефон для получения дополнительной информации. Туристическая интернет-реклама Пекина должна, прежде всего, вызывать интерес и облегчать налаживание первоначального контакта; вместе с тем, она должна выполнять информативную функцию и служить средством конкуренции среди туристических сайтов и блогов.

Таким образом, текст туристической интернет-рекламы Пекина сочетает признаки научного, публицистического, разговорного и рекламного стилей. В нем используются разнообразные лексические средства, а именно: неологизмы, архаизмы, собственные на-

звания, жаргонизмы, лексические единицы для передачи социокультурной информации и специальная лексика. Среди лексических средств выразительности значимое место занимают эпитеты и метафоры, первые из которых объясняют широко распространенное использование различных оценочных и качественных прилагательных. К грамматическим средствам выразительности относятся риторические вопросы, разнообразные аббревиатуры и графические средства выражения, личные местоимения, мотивирующие предложения.

Список литературы

1. Виртуальный тур по Китаю – города Китая, экскурсии в Пекин. – URL : <https://www.chinatrips.ru/city/> (дата обращения: 24.06.2024).
2. Едем в Китай. – URL : <https://russian.cgtn.com/program/lyzn> (дата обращения: 25.06.2024).
3. Жизнь в путешествии. Camino destino travel blog. – URL : <https://mtohorek.life/category/china/> (дата обращения: 24.06.2024).
4. Жизнь как путешествие: сайт и блог Светланы Хэйро. Зимовки и самостоятельные поездки в любую страну мира – URL : <https://life-like-travel.ru/countries/asia/kitay/> (дата обращения: 23.06.2024).
5. Китай глазами русскоговорящего. Блог «Шэнсяо» 中国概况的博客 – Все о Китае – URL : <https://blog.shensyao.com/kitaj-glazami-russkogovoryashhego/> (дата обращения: 23.06.2024).
6. Тревел-блог Анастасии Богатыревой – URL : <https://anastasiabog.ru/category/travel/aziya/kitaj/> (дата обращения: 25.06.2024).
7. Planet discovery: Travel for you. Захватывающие путешествия по всему миру. – URL : <https://planetdiscovery.ru/page38065321.html> (дата обращения: 25.06.2024).
8. Travel Goobsky Blog Путешествия & Бизнес. – URL : <https://goobsky.com/> (дата обращения: 23.06.2024).

О. В. ШАТАЛОВА, А. В. СУРКОВА

Елецкий государственный университет
им. И.А.Бунина
(Елец, Россия)

**ЯЗЫКОВАЯ СПЕЦИФИКА КРЕАЛИЗОВАННОГО МЕМА:
ПУНКТУАЦИОННЫЙ АСПЕКТ
THE LINGUISTIC SPECIFICITY OF THE CREALIZED MEME:
PUNCTUATION ASPECT**

Аннотация

В данной статье в рамках изучения популярного феномена – интернет-мем, представленного в виде креализованного текста – рассматривается специфика их пунктуационного оформления, характеризуются типы ошибок, предлагается их классификация. В качестве основных обозначаются ошибки, связанные с отсутствием знаков препинания между предикативными частями СП, при междометиях, приложениях, обращении и при оформлении прямой речи. Анализ данного типа текста (креализованного) с учетом особенностей прагматического влияния на адресата позволяет отметить значи-

мость правильного пунктуационного оформления любого типа текста, размещенного в Интернете. Данный аспект исследования соотносится как с вопросами элементарной грамотности современного носителя языка, так и с проблемами культуры речи, коммуникативной адаптивности и саморазвития как отдельной языковой личности, так и русскоязычного общества в целом.

Abstract

In this article, as part of the study of a popular phenomenon – an Internet meme presented in the form of a crealized text - the specifics of their punctuation are considered, the types of errors are characterized, and their classification is proposed. The main errors are those associated with the absence of punctuation marks between the predicative parts of the joint venture, in interjections, applications, treatment and in the design of direct speech. The analysis of this type of text (crealized), taking into account the peculiarities of the pragmatic influence on the addressee, allows us to note the importance of correct punctuation of any type of text posted on the Internet. This aspect of the study correlates both with the issues of elementary literacy of a modern native speaker, and with the problems of speech culture, communicative adaptability and self-development of both an individual linguistic personality and the Russian-speaking society as a whole.

Ключевые слова: креализованный текст, мем, пунктуация, запятая, прямая речь, предложение, Интернет-коммуникация

Keywords: crealized text, meme, punctuation, comma, direct speech, sentence, Internet communication

История мема берёт свое начало с 1976 года, когда Ричард Докинз – британский биолог, публикует книгу «Эгоистичный ген». В 11 главе этой работы учёный предлагает термин «мем» (от греч. *μυθῶνται* в значении «имитировать») как отражение идеи «о единице передачи культурного наследия»: «Примерами мемов служат мелодии, идеи, модные словечки и выражения, способы варки похлебки или сооружения арок» [Докинз, 1976]. Позже, в 1990 году, Майкл Флинн в романе «В стране слепых» мемом называет любую идею. В конце 1990-ых годов в Интернет-пространстве появляется и получает распространение «олбанский» язык, который представляет собой вариант русского языка, но без соблюдения правил пунктуации (в том числе с отсутствием пробелов) и орфографии [Липатов, 2013]. Именно «олбанский» язык, или, как его ещё называют, язык «падонкафф», стал «родителем» первого интернет-мема «превед», который получил в феврале 2006 года широкую известность.

Таким образом, мемом становится некая форма фиксации определенной идеи, которая всем понятна и широко популяризуема. Мем может иметь разный формат. Т.В. Марченко выделяет следующие типы мемов, по принципу технологии создания:

- аудио-мемы, представляющие собой аудиозапись, хронометраж которой, как правило, не превышает 15-20 секунд;
- мемы с доминантой текста представлены медиаобъектами в сугубо текстовой форме без сложной технологической обработки;
- мемы с доминантой статичного визуального объекта – фото-жабы, фейсы, комиксами и др.;
- мемы в формате GIF или «гифки» являются динамичными графическими изображениями в растровом (пиксельном) разрешении;
- видео-мемы содержат видеоряд и звуковую дорожку [Марченко, 2019].

Активно мемы начинают появляться в 2014 году, а к 2017 году получают наибольшее распространение.

Популярность данного феномена вызвала интерес у учёных разных областей науки (политологов, маркетологов, социологов, педагогов): изучается рекламный [Пшихачев, 2021] и методический [Серова, 2019] потенциал мемов, их влияние на социально-политическую конъюнктуру [Беленкова, 2020].

Учёные-лингвисты не могли остаться в стороне: на протяжении нескольких лет филологи обращаются к данной теме. В попытках конкретизировать феномен Интернет-мема в рамках медиалингвистики исследователи определяют его как «особую разновидность прецедентных феноменов» [Щурина, 2012], «жанр Интернет-коммуникации» [Горобцова, Киселева, 2014], «особое средство коммуникации» [Мигранова, Кромина, 2015], «элемент визуализации в СМИ» [Голованова, Часовский, 2015], «комплексный феномен Интернет-коммуникации, представляющий собой целостную, завершённую единицу с текстом и картинкой в квадратной рамке» [Канашина, 2017], «мемиадикурс» [Канашина, 2018].

Значительный массив мемов составляют креализованные тексты, которые оцениваются с позиций их содержания, соотношения с культурной ситуацией современной России и общемировыми тенденциями.

В широком научном контексте отсутствуют работы, в которых исследовалось бы собственно языковое оформление мема с позиций пунктуации, хотя, на наш взгляд, знаки препинания играют большую роль в формировании основной идеи и прагматической направленности мема, что определяет актуальность нашего исследования.

Методом сплошной выборки нами были отобраны Интернет-мемы в виде креализованных текстов, в которых допущены пунктуационные ошибки (См. Приложение). В зависимости типа ошибки выделяется несколько групп мемов.

1. Отсутствие знака препинания между предикативными частями в бессоюзном сложном предложении.

Мем 1 (Приложение: Рис. 1) содержит текст – передаем точное графическое оформление: [не слушайте ее она придурочная]. Данный креализованный текст представлен в виде минимального сложного предложения с бессоюзием, которое делит предложение на два логико-структурных компонента: первый логико-структурный компонент – простое предложение, второй логико-структурный компонент – простое предложение. По нормам русского языка между двумя предикативными частями должен быть знак препинания, в нашем случае двоеточие, так как реализуются причинные отношения. При сравнении представленного креализованного текста с приведённым анализом обнаруживается, что предложение мема не содержит необходимой пунктуации. Представим правильный вариант написания: «Не слушайте её: она придурочная».

Мем 2 (Приложение: Рис. 2): [я поработал 7 с половиной минут отпустите меня домой]. Данный креализованный текст представлен в виде минимального сложного предложения со связью бессоюзие, которое делит предложение на два логико-структурных компонента: первый логико-структурный компонент - простое предложение, второй логико-структурный компонент - простое предложение. По нормам русского языка между двумя предикативными частями должен быть знак препинания, в нашем случае двоеточие, так как реализуются причинно-следственные отношения. При сравнении представленного креализованного текста с приведённым анализом обнаруживается, что предложение автора мема не содержит необходимой пунктуации. Представим правильный вариант написания: «Я поработал семь минут с половиной: отпустите меня домой».

Мем 3 (Приложение: Рис. 3): [бро молча едет 220 км/ч в городе и даже не пристегивается я боюсь пошевелиться]. В данном креализованном тексте мы наблюдаем минимальное сложное предложение с бессоюзной связью, которое делит предложение на два логико-структурных компонента: первый и второй логико-структурный компо-

нент представляют из себя простые предложения. По нормам русского языка два простых предложения в составе сложного разделяются знаком препинания (запятой, тире, двоеточием). В данном меме нет никакой пунктуации, а, как было указано ранее, знак препинания необходим. Так как между частями сложного предложения устанавливаются противительные отношения, то необходимым пунктуационным знаком будет тире. Грамматически верным является вариант: «Бро молча едет 220 км/ч в городе и даже не пристёгивается – я боюсь пошевелиться».

2. Отсутствие знака препинания между предикативными частями в сложносочинённом предложении.

Мем 4 (Приложение: Рис. 4): [последнюю ночь ночью в этой общаге, а завтра чух-чух домой и мама кормить будет]. Приведённый креализованный текст представлен в виде многочленного сложного предложения с сочинительной связью. Следовательно данное предложение должно содержать две запятые, которые будут разделять простые предложения в составе сложного. В предложенном меме мы видим только одну запятую между первым и вторым простыми предложениями, но не видим знака препинания перед 3 простым предложением. По нормам русской грамматики сложносочинённое предложение с соединительным союзом разделяется запятой, за исключением случаев, когда две предикативные части имеют общий второстепенный, или общее придаточное предложение, или общее вводное слово (или конструкцию), когда грамматические основы представляют собой назывные, вопросительные, восклицательные предложения. Так как в предложенном меме нет условий для того, чтобы пунктуация отсутствовала, то можно сделать вывод, что в данном креализованном тексте допущена ошибка.

Представим грамматически правильный вариант: «Последнюю ночь ночью в этой общаге, а завтра чух-чух домой, и мама кормить будет».

Мем 5 (Приложение: Рис. 5): [щас бы вот этого а не экзаменов]. Приведённый креализованный текст представлен в виде минимального сложного предложения с противительным союзом разделяется запятой. Так как в предложенном меме пунктуация отсутствует, то можно сделать вывод, что в данном креализованном тексте допущена ошибка. Представим грамматически правильный вариант: «Щас бы вот этого, а не экзаменов».

3. Отсутствие запятой между предикативными частями в сложноподчинённом предложении.

Мем 6 (Приложение: Рис. 6): [надо я для них маленький, а как убирать квартиру я для них взрослый]. Данное предложение представляет собой многочленное сложное предложение с ведущей связью бессоюзие, которое делит предложение на два логико-структурных компонента. Первый логико-структурный компонент представляет собой минимальное сложное предложение с подчинительной связью. Второй логико-структурный компонент представляет собой минимальное сложное предложение с подчинительной связью. В данном случае (когда нет других осложнений) предложение будет разделяться тремя знаками препинания, в нашем случае запятыми: запятая между первым и вторым логико-структурным компонентом (я для них маленький, я для них взрослый), запятая в первом логико-структурном компоненте между частями сложноподчинённого предложения (когда надо, я для них маленький), запятая во втором логико-структурном компоненте между частями сложноподчинённого предложения (а как убирать квартиру, я для них взрослый). Сравнивая данный анализ с приведённым предложением, можно говорить о том, что в представленном креализованном тексте недостаёт двух запятых. Предложение этого креализованного текста с соблюдением норм русского языка будет выглядеть следующим образом: «Когда надо, я для них маленький, а как квартиру убирать, я для них взрослый».

Мем 7 (Приложение: Рис. 7): [горжусь собой потому что с утра встал на зарядку]. Данный текст представлен в виде минимального сложного предложения с подчинительными связью. Данное предложение должно содержать 1 знак препинания – запятую, между частями сложноподчинённого предложения. Сравнивая анализ предложения и представленный креализованный текст, можно судить о том, что в последнем недостаёт запятой. Данное предложение при соблюдении норм грамматики будет выглядеть так: «Горжусь собой, потому что с утра встал на зарядку».

Мем 8 (Приложение: Рис. 8): [сидят маленькие невдупленыши и не знают что им делать...] По аналогии с предыдущим креализованным текстом в данном меме нет запятой, которая разделяет сложноподчинённое предложение. Приведём грамматически верное написание: «Сидят маленькие невдуплёныши и не знают, что им делать».

4. Разделение сложноподчинённого предложения на два простых.

Мем 9 (Приложение: Рис. 9): [Если у девушки есть кот, можете спокойно на ней жениться. Потому что она уже привыкла любить животное, которое только ест и спит] В представленном меме мы видим, что многочленное сложное предложение с ведущей связью подчинением разделили на два. Почему мы говорим о том, что это одно предложение и делить его на два нельзя? Если построить структурную схему, то получится, что главное предложение одно «можете на ней спокойно жениться», от которого будут зависеть предложения «если у девушки есть кот» и «потому что она уже привыкла любить животное», и в свою очередь от последнего придаточного будет зависеть предложение «которое только ест и спит». Так как мы не можем разбить на два предложения главное и придаточное, следовательно предложение в креализованном тексте должно быть одно. В свою очередь подобное разделение является ошибкой, верным вариантом будет: «Если у девушки есть кот, можете на ней спокойно жениться, потому что она уже привыкла любить животное, которое только ест и спит».

5. Постановка знака двоеточие между подлежащим и сказуемым.

Мем 10 (Приложение: Рис. 10):

[Я: ПРОСТО ЗАХОЖУ НА САЙТ

САЙТ: ГАД, ПОКАЖИ СВЕТОФОР] Первая предикативная часть данного креализованного текста представляет собой одно двусоставное предложение. Но нормам русского языка между подлежащим и сказуемым не должно быть знаков препинания, за исключением случаев, когда подлежащее и сказуемое выражены именами существительными в именительном падежей, а также случаев обособления других членов предложения, находящихся между подлежащим и сказуемым (например деепричастия, деепричастные обороты, причастия, причастные обороты, обращения, приложения, междометиях, вводные слова и конструкции). Так как данное предложение не входит в разряд ни одного исключения, следовательно в приведённом креализованном тексте не должно быть никаких знаков препинания между главными членами предложения. Правильный вариант: «Я просто захожу на сайт».

6. Отсутствие обособления приложений.

Мем 11 (Приложение: Рис. 11): [это мой друг бананчик и он будет жить с нами] В приведённом креализованном тексте есть приложение, означающие имя / кличку животного, «Бананчик». По правилам русского языка приложения обособляются. В данном меме мы не находим никаких знаков препинания, что свидетельствует о нарушении норм грамматики. Представим пунктуационно верный вариант: «Это мой друг – Бананчик, и он будет жить с нами».

7. Отсутствие обособлений при обращении.

Мем 12 (Приложение: Рис. 12): [Ничего мой сладенький, я тебя люблю мой милый пушистик]. В данном креализованном тексте есть два обращения: «мой сладенький» и

«мой милый пушистик». По нормам русского языка обращения всегда обособляются, чего мы не видим в приведённой меме. Данное предложение при соблюдении правил пунктуации будет выглядеть так: «Ничего, мой сладенький, я тебя люблю, мой милый пушистик».

8. Отсутствие обособления при междометиях.

Мем 13 (Приложение: Рис. 13): [жесть нас связали] Данное предложение содержит междометие «жесть», которое по нормам русского языка должно обособляться запятыми. В приведённом креализованном тексте мы не наблюдаем никаких знаков препинания, а, как следует из сказанного ранее, запятая в предложении необходима. Хотим отметить, что в данном случае использовано существительное в качестве междометия, следовательно для его выражения лучше использовать восклицательный знак. Приведём правильное написание: «Жесть! Нас связали».

Мем 14 (Приложение: Рис. 14): [ура с завтрашнего дня продолжаю старую жизнь] Данное предложение содержит междометие «ура», которое по нормам русского языка должно обособляться запятыми. В приведённом креализованном тексте мы не наблюдаем никаких знаков препинания, а, как следует из сказанного ранее, запятая в предложении необходима. Приведём правильное написание: «Ура, с завтрашнего дня продолжаю старую жизнь».

9. Неправильное выполнение оформления диалогов.

Мем 15 (Приложение: Рис. 15):

[извините, можно вас потревожить?

да, кот, что такое?

ничего, просто хотел вас потревожить.

ЭДВАРД, ТЫ ВАМПИР?

С ЧЕГО ТЫ ВЗЯЛА?

ТЫ НИЧЕГО НЕ ЕШЬ

ЭТО ПОТОМУ ЧТО У МЕНЯ НЕТ ДЕНЕГ] В приведённых креализованных текстах нет оформления диалогов. По нормам грамматики русского языка диалог может быть оформлен двумя способами: с использованием кавычек и без них. В первом случае диалог может быть представлен в виде следующих конструкций (а также их вариаций):

- «Прямая речь», - слова автора.
- Слова автора: «Прямая речь».

Составим таким образом диалог из первого креализованного текста: «Кот спрашивает: «Извините, можно вас потревожить?». Хозяин отвечает ему: «Да, кот, что такое?». «Ничего, просто хотел вас потревожить», – сказал пушистый».

Другим способом оформления разговора может служить постановка знака тире перед прямой речью, при этом слова каждого из собеседников будут писаться с новой строки. Оформим диалог из второго мема данным способом:

– Эдвард, ты вампир? – спросила Бела.

– С чего ты взяла? – ответил вопросом на вопрос Эдвард.

– Ты ничего не ешь.

– Это потому, что у меня нет денег.

Заметим, что в условиях креализованных текстов возможно графическое оформление диалогов, когда реплики находятся внутри фигуры облака (похожего на окна диалогов в чатах). Приведём пример (Приложение: Рис. 16):

10. Неправильное оформление прямой речи.

Мем 17 (Приложение: Рис. 17):

[Препод: Вы должны это помнить, мы проходили это в прошлом году

Я, пытаюсь вспомнить, что я ел сегодня на завтрак:

loading...

Я: Звони в любое время, я всегда на связи

Тоже я:

41 пропущенный] В русском языке прямая речь может быть оформлена двумя способами, о которых говорилось ранее. В приведённых мемах мы наблюдаем, что после слов автора есть двоеточие, а следом идёт прямая речь. Это свидетельствует о том, что прямая речь должна быть заключена в кавычки, чего мы не видим в креализованных текстах. Приведём правильно оформленный 1 мем: «Преподаватель: «Вы должны это помнить: мы проходили это в прошлом году». На примере второго креализованного текста представим ещё один способ оформления:

Я:

– Звони в любое время: я всегда на связи

Среди выбранных креализованных текстов мы выделили ещё две существенные ошибки, которые присущи практически всем мемам:

- отсутствие завершающих знаков препинания (точек);
- предложения начинаются не с заглавной буквы.

Также хотим отметить, что в данную статью были включены «идеальные» варианты ошибок, то есть один мем содержит одну ошибку. Однако на просторах Интернета пользователи встречаются с такими креализованными текстами, которые содержат две и более ошибок. Например:

Мем 18 (Приложение: Рис. 18): [ало, ма кажется мы с персиком потерялись] В приведённом меме мы не видим обособления обращения «ма», а также обособления вводного слова «кажется». При соблюдении норм русской грамматики данный креализованный текст должен выглядеть следующим образом: «Алло, ма, кажется, мы с персиком потерялись».

Мем 19 (Приложение: Рис. 19): [я не знаю что делать у меня нет будущего но зато есть печенбка] Этот мем представлен в виде многочленного сложного предложения, в состав которого входит четыре простых предложения. Следовательно, данный креализованный текст должен содержать три знака пунктуации (так как другие осложнения отсутствуют). Между первым и вторым простыми предложениями пропущена запятая, так как между ними реализуются подчинительные отношения. Пред предикативной частью «у меня нет будущего» отсутствует двоеточие, так как при бессоюзной связи реализуются причинные отношения. Перед последней грамматической основой должна быть запятая, так как реализуется сочинительная связь с уступительными отношениями. Примером правильно оформленного предложения будет служить такой вариант: «Я не знаю, что делать: у меня нет будущего, но зато есть печенька». Отметим, что из-за отсутствия в мемах заглавных букв и знаков завершения, мы не можем чётко определить границы предложения, а следовательно, вполне возможен вариант разбиения приведённого креализованного текста на два предложения: «Я не знаю, что делать. У меня нет будущего, но зато есть печенька».

Пунктуация важна для любого языка, она помогает отделять предложения друг от друга в тексте, устанавливая связи внутри предложений. Для русского языка знаки препинания играют важную роль, так как помогают пишущему точно и ясно выразить мысли и чувства, а читающему – понять их. В данной работе мы рассмотрели пунктуационные ошибки, которые чаще всего допускают составители мемов, представленных в виде креализованных текстов.

Проанализировав ошибки, перед нами встал вопрос: «В чём причина: в неграмотности населения или в намеренном уклонении от норм?». На наш взгляд однозначный ответ дать нельзя. Если говорить о том, что предложения начинаются не с заглавной буквы

и в конце отсутствует завершающий знак, то в этом случае речь будет идти не о незнании норм теми, кто составлял мем, а о нежелании, лени проделывать дополнительные действия (особенно это касается тех креализованных текстов, которые содержат только одно предложение). Иными словами, люди знают, что предложения пишутся с заглавной буквы, но не считают нужным использовать это правило при создании мема, то же касается и точек в конце предложений.

А вот о неграмотности части населения нам говорит тот факт, что в одних мемах (например, представленных в данной статье) ошибки есть, тогда как в других такие же модели оформлены по нормам русской грамматики. Так же заметим, что в сложносочинённых предложениях постановка запятой перед *а* и *но* не вызывает затруднений, однако неочевидной становится пунктуация перед союзом *и*. Исходя из проведённого нами исследования, мы можем говорить и о малой осведомлённости людей в области правильной постановки знаков препинания в бессоюзных предложениях (тире и двоеточие или не используются вовсе, или занимают неправильные позиции).

Список литературы

1. Аршинская, Н. А. Проблема восприятия и интерпретации интернет-мемов // *Современные тенденции развития науки и технологий*. – 2015. – № 9-4. – С. 10-16.
2. Байзулинов, И. С. Мем: история и классификация мемов // *Конкурс научно-исследовательских работ студентов Волгоградского государственного технического университета : Тезисы докладов, Волгоград, 24–28 апреля 2023 года*. – Волгоград: Волгоградский государственный технический университет, 2023. – С. 241-242.
3. Беленкова, М. И. Мем как единица передачи политических ценностей в молодёжной коммуникации // *Молодежь в условиях цифровизации общества: международный, национальный и региональный аспекты : Сб. ст. Всероссийской научно-практической конференции, Кемерово, 26–27 ноября 2020 года / Под общей редакцией Е. В. Матвеевой, А.А. Митина*. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2020. – С. 69-73.
4. Голованова, Е. И. Интернет-мем как элемент визуализации в СМИ / Е. И. Голованова, Н. В. Часовский // *Вестник ЧелГУ*. – 2015. – №5. – С.135-141.
5. Горобцова, И. В. Речевой жанр интернет-мема в современном англоязычном сетевом пространстве / И. В. Горобцова, Н. Ю. Киселева // *Современные тренды развития социогуманитарного знания : сборник трудов IV Международной научно-практической конференции, Ростов-на-Дону, 01–04 сентября 2014 года / Международный исследовательский центр «Научное сотрудничество»*. – Ростов-на-Дону: Общество с ограниченной ответственностью Международный исследовательский центр «Научное сотрудничество», 2014. – С. 140-151.
6. Гридина, Т. А. Метаязыковой мем: лингвокреативные механизмы порождения и восприятия / Т. А. Гридина, С. С. Талашманов // *Политическая лингвистика*. – 2020. – № 2(80). – С. 134-143.
7. Губич, П. А. Креолизованные мемы в жанровой системе интернет-коммуникации (на материале русского языка) / П. А. Губич // *Благословенны первые шаги... : сборник работ молодых исследователей. Выпуск 17*. – Магнитогорск : Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова, 2023. – С. 75-80.
8. Докинз, Р. Эгоистичный ген // *Издательство Corpus*. – 1989. – С. 615.
9. Канашина С.В. Интернет-мем как современный медиадискурс // *Известия Волгоградского гос. педаг. ун-та*. – 2018. – № 8. – С. 125-129.
10. Канашина, С. В. Что такое интернет-мем? // *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки*. – 2017. – № 28(277). – С. 84-90.

11. Кобец, А. А. Лингвистические и коммуникативные особенности абстрактных мемов / А. А. Кобец, С. В. Салехова // Лингвистические исследования и их использование в практике преподавания русского и иностранных языков : Материалы IV Международной научно-методической конференции посвященной 100-летию юбилею Донецкого национального технического университета, Донецк, 17 мая 2021 года. – Донецк: Донецкий национальный технический университет, 2021. – С. 113-119.

12. Козлова, О. Д. Мемы как лингвистический феномен // Наука XXI века: актуальные направления развития. – 2020. – № 2-1. – С. 79-82.

13. Липатов, А. Т. «Абшчение бис правел»: изъясняемся на «олбанском» языке. Взгляд на современный сетевой новояз // Вестник Марийского государственного университета. – 2013. – № 12. – С. 68-71.

14. Марченко, Т. В. Интернет-мем как феномен медиакommunikации: типологические характеристики и потенциал прецедентности // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе : Сборник научных трудов. Том Выпуск 16 : Орловский государственный институт культуры, 2019. – С. 209-220.

15. Мигранова, Л. Ш. Интернет-мем как особое средство коммуникации / Л. Ш. Мигранова, Е. И. Кромина // Вопросы современной филологии и проблемы методики обучения языкам. Материалы конференции. – Брянск: Брянская государственная инженерно-технологическая академия, 2015. – С. 239-243.

16. Пшихачев, Ж. Т. «Мем-маркетинг» как эффективное направление современной рекламы и PR: возможности и риски // Моя профессиональная карьера. – 2021. – Т. 2, № 26. – С. 21-30.

17. Серова, Л. К. Русский мир в Интернете : Интерактивное учебное пособие по лингвострановедению для студентов-билингвов технических специальностей. – М. : Российский университет дружбы народов (РУДН), 2019. – 64 с.

18. Щурина, Ю. В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации // Научный диалог. 2012. № 3. С. 160–172.

Приложение



Рис. 1



Рис. 2



Рис. 3



Рис. 4



Рис. 5



Рис. 6



Рис. 7



Рис. 8

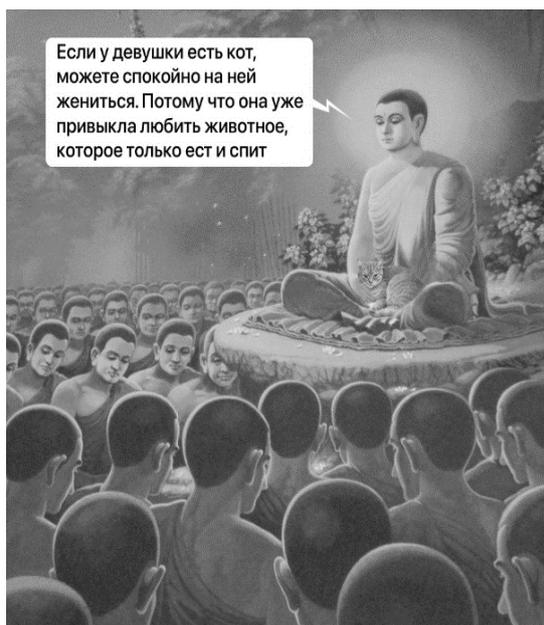


Рис. 9

Я: ПРОСТО ЗАХОЖУ НА САЙТ
САЙТ:



 Гидрант!

Рис. 10



Рис. 11



Рис. 12



Рис. 13



Рис. 14



Рис. 15



Рис. 16

Преподаватель: Вы должны это помнить, мы проходили это в прошлом году

Я, пытаюсь вспомнить, что я ел сегодня на завтрак:



Я: Звони в любое время, я всегда на связи

Тоже я:



Рис. 17



Рис.18

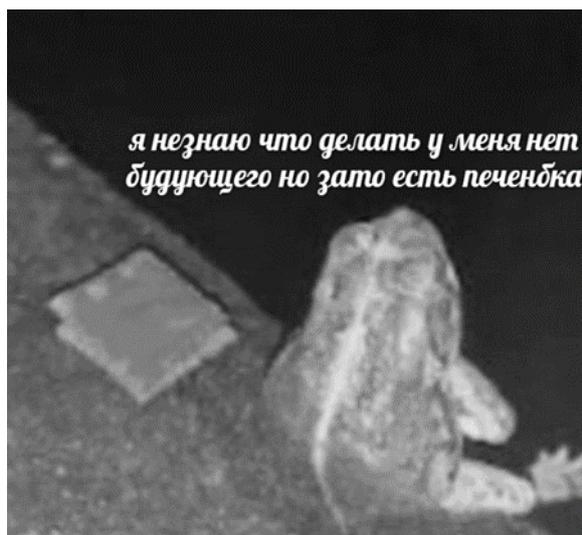


Рис.19

**ИСТОРИЯ УНИВЕРСИТЕТОВ
И УНИВЕРСИТЕТЫ В ИСТОРИИ:
ТРАДИЦИИ УНИВЕРСИТЕТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Л. М. АЛЕКСЕЕВА, С. Л. МИШЛАНОВА

Пермский государственный национальный
Исследовательский университет
(Пермь, Россия)

**ПРИНЦИПЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ТЕРМИНА
В ПЕРМСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОЙ ШКОЛЕ**

PRINCIPES OF TERM RESEARCH IN PERM TERMINOLOGICAL SCHOOL

Аннотация

В данной статье выявляются и описываются принципы анализа термина в рамках Пермской терминологической школы, характеризуется ее специфика и основные направления. Исследование проводится с опорой на теорию деривации в качестве основы научного исследования термина. Целью пермских терминологов является стремление изучить термин непосредственно в дискурсе и обосновать его природу общими закономерностями конкретной деятельности и развитием личности. Термин исследуется в качестве многомерной единицы, относящейся одновременно к областям знания, познания и коммуникации. Показан путь и этапы исследования от текстовой теории термина до семиотической теории, предполагающей развитие термина в качестве языкового знака в процессе деятельности личности, и когнитивно-дискурсивной теории термина, обусловленной профессиональной деятельностью. Особое значение авторы придают терминологическим открытиям, сделанными исследователями школы.

Abstract

This article identifies and describes the principles of term analysis within Perm terminological school, and characterizes its specificity and main perspectives. The research is founded on the theory of derivation as the foundation for the scientific research of the term. The main goal of Perm terminologists is the desire to study the term directly in discourse and reveal its nature with general patterns of specific activities and personality development. The term is studied as a multidimensional unit related simultaneously to the areas of knowledge, cognition and communication. The development and stages of research from the text theory of the term to the semiotic theory, which assumes the development of the term as a linguistic sign in the process of personality activity, and the cognitive-discursive theory of the term, conditioned by professional activity are shown. The authors attach particular importance to the terminological discoveries made by the researchers of the school.

Ключевые слова: *Пермская терминологическая школа, деривация, семиотика термина, дискурсивная теория, когнитивно-личностный аспект.*

Keywords: *Perm terminological school, derivation, semiotics of the term, discursive theory, cognitive-personal aspect.*

Современное терминоведение получило характеристику быстроразвивающейся гуманитарной науки о деятельности человека в специальной области знания. Сам термин *терминоведение* впервые появился в 1969 г. в тезисах доклада Б. Н. Головина на научном симпозиуме «Место терминологии в системе современных наук» [Головин, 1969].

Термин, как любая другая единица языка, исследуется с различных точек зрения, сопряженных с критериями, вырабатываемыми в рамках отдельных научных школ. На наш взгляд, чтобы понять характер развития терминоведения, а также обосновать закономерность его дальнейших перспектив, необходимо знакомиться с отдельными терминологическими школами в России.

Наиболее известными у нас являются Московская терминологическая школа (М. Н. Володина, С. В. Гринев, В. П. Даниленко, В. М. Лейчик, Л. А. Манерко, В. Ф. Новодранова, В. Н. Прохорова, В. А. Татаринев, С. Д. Шелов и др.), Нижегородская школа (К. Я. Авербух, Б. Н. Головин, Р. Ю. Кобрин, А. Н. Лаврова и др.), Уральская школа (Е. И. Голованова, З. И. Комарова, В. Д. Табанаква, Л. А. Шкатова и др.). Особого внимания заслуживает деятельность Пермской терминологической школы, исследующей процессы терминообразования с опорой на деривационный, т.е. порождающий, конструктивный принцип [Алексеева, 1995; Алексеева, Мишланова, 2023; Мурзин, 1984; Мурзин, Штерн, 1991; Теоретические аспекты деривации, 1982; и др.]. История Пермской терминологической школы достаточно подробно описано в работах [Алексеева, Мишланова, 2022; 2023в и др.]. В данной статье мы остановимся на парадигмах терминологического знания, сформированного в рамках данной школы.

Деривация, основополагающий принцип данной школы, трактуется как универсальный процесс, свойственный порождению единиц на любых уровнях языка. С этой точки зрения термины рассматриваются не в аспекте терминологии (списка, совокупности), а в качестве результата процесса порождения данной единицы и механизма терминологизации в дискурсе [Алексеева, Мишланова, 2002 и др.].

Отметим, что принцип деривации, ассоциирующийся с генеративизмом, привлек внимание термиологов только в начале XXI в., в частности, известный терминолог Р. Теммерман считает, что не только сосюрковский структурализм, но и хомскианский генеративизм могут быть включены в парадигму терминоведения когнитивистами [Temmerman, 2000].

Характерные особенности Пермской школы терминоведения заключаются в следующем: а) методологическая основа исследований – генеративизм (дериватология); б) терминология изучается в процессе порождения; в) метафоризация – механизм образования специального знака.

Известно, что метафорические модели терминообразования возникли в рамках когнитивной лингвистики. В зарубежном терминоведении они описаны в работах Р. Теммерман, полагающей, что инновации в науках выражены с помощью идеализированных когнитивных моделей, репрезентированных в языковой форме метафор [Temmerman, 2000]. В Пермской терминологической школе эти идеи зародились намного раньше – в 1970-х гг.

Большое значение имеет применяемый в терминоведении деривационный принцип анализа, позволивший Пермским исследователям изучить термин непосредственно в дискурсе и обосновать его природу общими закономерностями конкретной деятельности и развитием личности [Алексеева, Мишланова, 2002].

Отметим, что в период формирования Пермской терминологической школы, т.е. в 1970-80 гг., доминирующим методологическим принципом в терминоведении была стандартизация и унификация терминологии [Даниленко, Скворцов, 1982 и др.]. Как пишет В. М. Лейчик, к 1982 г. в СССР было утверждено свыше 600 ГОСТов и около 150 отраслевых стандартов на термины [Лейчик, 1983].

Тем не менее в основе методологии Пермской терминологической школы находились иные принципы, а именно, динамизм и производная природа термина, а также дискурсивно-личностная направленность. По нашему мнению, деривация как главный

методологический принцип исследования термина послужила отправной точкой отечественного когнитивного терминоведения.

Дискурсивно-личностная направленность исследований Пермской терминологической школы раскрывает семиотическую обоснованность когнитивного терминоведения. Интерес к семиотике термина возник в работах Ойгена Вюстера, представившего типологию знаков, включающих *репрезентативные* знаки («darstellenden Zeichen»), т.е. знаки-символы, предназначенные для наименования или демонстрации, и *сигнальные* знаки («Beeinflussungszeichen»), т.е. знаки-сигналы, вызывающие отклик или действие со стороны партнера по коммуникации [Wüster, 1985, с. 62]. Таким образом, данную типологию можно рассматривать как попытку преодоления границ вербального специального языка, открывающую широкие перспективы профессиональной коммуникации.

Когнитивно-дискурсивным аспектам профессиональной коммуникации посвящены диссертационные исследования, выполненные в Пермской терминологической школе (см.: таблица).

Диссертационные исследования Пермской терминологической школы

№	Год	Автор	Тема диссертации	Степень
1	1990	Алексеева Л.М.	Деривационный аспект исследования термина и процессов терминообразования (на материале научно-технической терминологии русского и английского языков) [Алексеева 1990]	Канд.
2	1998	Мишланова С.Л.	Метафора в медицинском тексте (на материале русского, немецкого, английского языков) [Мишланова 1998]	Канд.
3	1999	Алексеева Л.М.	Метафорическое терминопорождение и функции термина в тексте [Алексеева 1999]	Докт.
4	2003	Мишланова С.Л.	Термин в медицинском дискурсе (образование, функционирование, развитие) [Мишланова 2003]	Докт.
5	2006	Уткина Т.И.	Метафора в научно-популярном медицинском дискурсе (семиотический, когнитивно-коммуникативный, прагматический аспекты) [Уткина 2006]	Канд.
6	2007	Хрусталёва М.А.	Синонимия в методическом дискурсе: когнитивный аспект [Хрусталёва 2007]	Канд.
7	2008	Филиппова А.А.	Внутриотраслевая синонимия в русском и немецком методическом дискурсе (на материале концепта <i>цель</i>) [Филиппова 2008]	Канд.
8	2009	Пермякова Т.М.	Моделирование и типология дискурса межкультурной коммуникации [Пермякова 2009]	Докт.
9	2010	Гуреева А.М.	Вариативные модели терминологии международного бакалавриата (на материале английского и русского языков) [2010]	Канд.

10	2011	Стругова С.В.	Лексическая оппозиционность в спортивном дискурсе (на материале русского, английского и немецкого языков) [Гуреева 2010]	Канд.
12	2011	Смирнова Ю.С.	Дефиниционное моделирование в терминологическом поле термина сепсис (на материале русского и английского языков) [Стругова 2011]	Канд.
13	2011	Заседателева М.Г.	Репрезентация концепта <i>компетенция</i> в методическом дискурсе: онтологический и тезаурусный аспекты (на материале немецкого и русского языков) [Заседателева 2011]	Канд.
14	2011	Полякова С.В.	Метафорическое моделирование в медицинском дискурсе (на материале русского и английского языков) [Полякова 2011]	Канд.
15	2012	Ивинских Н.П.	Динамика метафоризации в английском и русском методическом дискурсе [Ивинских 2012]	Канд.
16	2012	Ковязина Е.М.	Семантико-типологический аспект метафоризации в философском дискурсе (на материале русского и английского языков) [Ковязина 2012]	Канд.
17	2013	Тарасова Н.П.	Метафорическое моделирование эпидемии в медийном дискурсе (на материале русского и немецкого языков) [Тарасова 2013]	Канд.
18	2013	Бурдина О.Б.	Моделирование терминологической вариативности в фармацевтическом дискурсе [Бурдина 2013]	Канд.
19	2013	Исаева Е.В.	Метафора в дискурсе компьютерной безопасности (на материале русского и немецкого языков) [Исаева 2013]	Канд.
20	2015	Зубакина Т.Н.	Метафорическое моделирование историко-политического события (на материале мемуаров У. Черчиля «The Second World War») [Зубакина 2015]	Канд.
21	2018	Бисерова Н.В.	Варьирование терминологии миграционного права в медийном дискурсе [Бисерова 2018]	Канд.
22	2019	Суворова М.В.	Трансдискурсивная модификация модели метафоры (на материале научного, научно-популярного и популярного дискурсов) [Суворова 2019]	Канд.
23	2021	Макарова Т.С.	Репрезентация понятия «ирландская идентичность» в историческом дискурсе XIX века [Макарова 2021]	Канд.
24	2021	Василенко Д.В.	Репрезентация профессионального знания в текстах сферы нанотехнологии [Василенко 2021]	Канд.

25	2022	Скрябина Е.Ю.	Лингвокогнитивное моделирование метафоры в дискурсе туризма (на материале русского и немецкого языков) [Скрябина 2022]	Канд.
26	2022	Ветрова К.О.	Структурно-семантические и прагматические аспекты поликодовых малоформатных текстов конфетных этикетов (на материале русского и английского языков) [Ветрова 2022]	Канд.
27	2022	Мукосеева Я.Ю.	Терминология металлургического производства XVIII века (на материале путевых записок П.С. Палласа, И.И. Лепихина, И.П. Фалька и руководства по металлургии В. де Геннина) [Мукосеева 2022]	Канд.
28	2022	Богатикова Е.П.	Коммуникативные тактики электронной медицинской консультации в когнитивно-дискурсивном аспекте [Богатикова 2022]	Канд.
29	2022	Ремянникова Д.О.	Метафтонимия в рекламном дискурсе (на материале слоганов русского, английского и французского языков) [Ремянникова 2022]	Канд.
30	2023	Морозова Е.В.	Формирование терминологии джаза: структурно-семантический и лексикографический аспекты (на материале американских и британских газет первой половины XX в.) [Морозова 2023]	Канд.
31	2024	Бурдина О.Б.	Терминологические процессы в фармацевтическом дискурсе: социокогнитивное моделирование [Бурдина 2024]	Докт.

Основным выводом, сформулированным исследователями Пермской терминологической школы, является суждение о том, что терминообразование, с точки зрения семиотики, предстает как целенаправленный динамический процесс, т.е. процесс перекодирования естественного знака с целью получения нового, с эволюционной точки зрения более сложного языкового знака – термина [Мишланова, 1998, с. 10]. В этой связи, любая единица естественного языка имеет потенциал быть терминологической единицей. Позднее в 2003 г. подобная идея была высказана Т. Кабре [Cabré, 2003, с. 190].

Подлинный переворот в терминоведении осуществили когнитивные исследования, наметившие большие изменения в области методологии данной науки, связанные с необходимостью изучения трансформации и мобильности объекта [Алексеева, Мишланова, 2021; 2022; 2023а,б], а также с возможностью построения новых теорий термина.

Дальнейшее развитие Пермской терминологической школы происходит в XXI в., эпоху быстрого трансфера знания, нашедшего отражение в терминоведении [Алексеева, Мишланова, 2023а,б; Бурдина, 2023]. Так, О. Б. Бурдина уделяет особое внимание содержанию современного этапа развития, впервые определенного ею как дивергентно-конвергентное терминоведение [Бурдина, 2023, с. 26]. По мнению исследователя, дивергенция в терминоведении поддерживается институализацией профессионального дискурса,

соотносимой с обособлением языковых единиц в ходе номинации специальных понятий и специализации профессионального знания. В свою очередь конвергенция мотивирована деинституционализацией, способствующей распространению специального знания и демократизации трансфера знания в целом. Таким образом, трансфер знания привел к важнейшим инновациям в области терминоведения.

Раскрывая значение и роль Пермской терминологической школы в отечественном терминоведении, отметим ее участие в решении еще одной проблемы. Известно, что область социотерминологии, а также когнитивной терминологии, как правило, ограничена одноязычными исследованиями, т.е. концентрацией на одном языке и компетенциях одноязычного говорящего. Концептуальный и терминологический анализ, предложенный социотерминологами и социокогнитивистами, до сих пор не преодолел это одноязычное ограничение [Temmerman, 2000, с. 235]. Исследователи Пермской терминологической школы исследуют специфику межъязыковой коммуникации, включая перевод специальных текстов, а также метафорическую природу образования специальных понятий [Алексеева, Мишланова, 2002; 2022; Бурдина, 2023; Мишланова 1998 и др.].

Таким образом, Пермская лингвистическая школа отличается новаторским характером, широким взглядом на предмет терминоведения, а также опорой на философию и методологию науки [Алексеева, Мишланова, 2023, с. 14]. В связи с этим термин исследуется в качестве многомерной единицы, относящейся одновременно к областям знания, познания и коммуникации. Поэтому описание терминологических единиц охватывает понятие, термин и компоненты ситуации.

В качестве заключения сформулируем следующие выводы. В исследованиях Пермской терминологической школы появились принципиально новые, ранее не исследуемые научные идеи в отношении природы термина и его роли в научной и профессиональной коммуникации. Методологические подходы, сложившиеся в рамках Пермской школы, становятся взаимодополняющими областями описания и анализа термина, а также его роли в жизни общества и отдельной личности.

В методологическом плане Пермская терминологическая школа прошла путь от создания текстовой теории термина, далее семиотической теории термина, предполагающей развитие термина в качестве языкового знака в процессе деятельности личности, и когнитивно-дискурсивной теории термина, учитывающей, что терминообразование задается профессиональной деятельностью и социокультурным взаимодействием специалистов.

Список литературы

1. Алексеева, Л. М. Деривационный аспект исследования термина и процессов терминообразования (на материале научно-технической терминологии русского и английского языков): специальность 10.02.19 – теория языка: автореф. дис. ... канд. филол. н. – Пермь, 1990. – 19 с.
2. Алексеева, Л. М. Терминообразование как деривационный процесс // Проблемы деривации в системе языка и в речевой деятельности: синхронное словообразование и номинация: сб. науч. тр. – М: ИЯ РАН, 1995. – С. 28–34.
3. Алексеева, Л. М. Метафорическое терминопорождение и функции термина в тексте: / специальность 10.02.20 – сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание: автореф. дис. ... д-ра филол. н. – М, 1999. – 33 с.
4. Алексеева, Л. М., Мишланова, С. Л. // Медицинский дискурс: теоретические основы и принципы анализа. – Пермь: Перм. ун-т. – 2002. – 200 с.
5. Алексеева Л. М., Мишланова С. Л. К истокам социотерминоведения: социокультурные контексты функционирования термина // Сфера культуры. – 2020. – № 1 (1). – С. 77–86.

6. Алексеева, Л. М., Мишланова, С. Л. // Вековой путь российского терминоведения // Научный диалог. – 2021. – № 9. – С. 9–34.
7. Алексеева, Л. М., Мишланова, С. Л. Трансфер знания: инновации и технологии // Рос. образоват. Федер. портал. – URL: <http://www.psu.ru/files/docs/science/books/mono/Alekseeva-MishlanovaTransfer-znaniya-innovacii-i-tekhnologii.pdf> (дата обращения: 07.08.2024).
8. Алексеева, Л. М., Мишланова, С. Л. Когнитивная трансформация терминоведения // Когнитивные исследования языка. Познание и язык: через видимость в сущность: сборник научных трудов. Посвящается юбилею д-ра филол. наук, профессора Е. И. Головановой / О. Н. Ковалева (отв. ред.). – Челябинск: ЧелГУ, 2023а. – Вып. – № 1 (52). – С. 122–128.
9. Алексеева, Л. М., Мишланова, С. Л. Мобильность современной терминологии // Научный диалог. – 2023б. – Том 12. – Вып. 8. – С. 9–27.
10. Алексеева, Л. М., Мишланова, С. Л. Пермская терминологическая школа // Актуальные проблемы германистики, романистики и русистики: материалы ежегодной международной конференции. Екатеринбург, 03 февраля 2023 г. Ч. I. – Екатеринбург, Уральский гос. пед. Ун-т. – 2023в. – С. 13–25.
11. Бисерова, Н. В. Варьирование терминологии миграционного права во французском медийном дискурсе: специальность 10.02.19 – теория языка: дис. ... канд. филол. н. – Пермь, 2018. – 184 с.
12. Богатикова, Е. П. Коммуникативные тактики электронной медицинского консультации в когнитивно-дискурсивном аспекте: специальность 10.02.19 – теория языка: автореф. дис. ... канд. филол. н. – Ижевск, 2022. – 22 с.
13. Бурдина, О. Б. Моделирование терминологической вариативности в фармацевтическом дискурсе: специальность 10.02.19 – теория языка: дис. ... канд. филол. н. – Пермь, 2013. – 211 с.
14. Бурдина, О. Б. Терминологические процессы в фармацевтическом дискурсе: социокогнитивное моделирование: специальность 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика: дис. ... д-ра филол. наук. – Пермь, 2023. – 480 с.
15. Василенко, Д. В. Репрезентация профессионального знания в текстах сферы нанотехнологии: специальность 10.02.19 – теория языка: автореф. дис. ... канд. филол. н. – Пермь, 2021. – 24 с.
16. Ветрова, К. О. Структурно-семантические и прагматические аспекты поликодовых малоформатных текстов конфетных этикетов (на материале русского и английского языков): специальность 10.02.19 – теория языка: автореф. дис. ... канд. филол. н. – Пермь, 2022. – 20 с.
17. Войцехович, В. Э. Эволюция науки: от знания к пониманию, от классического знания к постклассическому пониманию реальности / Рос. образоват. Федер. портал. – URL: // <https://spkurdyumov.ru/category/philosophy/page/5> (дата обращения: 07.08.2024).
18. Головин, Б. Н. О некоторых аспектах лингвистического и информационного изучения терминов // Научный симпозиум «Место терминологии в системе современных наук»: Тез. докл. и сообщ. 24–27 декабря 1969 г. – М, 1969. – С. 38–40.
19. Гуреева, А. М. Вариативные модели в дискурсе Международного Бакалавриата (на материале английского и русского языков): специальность 10.02.19 – теория языка: автореф. дис. ... канд. филол. н. – Пермь, 2010. – 20 с.
20. Даниленко, В. П., Скворцов, Л. И. Нормативные основы унификации терминологии // Культура речи в технической документации: на материале ГОСТов и специальной литературы. – М: Наука, 1982. – С. 5–35.

21. Заседателева, М. Г. Репрезентация концепта «компетенция» в методическом дискурсе: онтологический и тезаурусный аспекты (на материале немецкого и русского языков): специальность 10.02.19 – теория языка: автореф. дис. ... канд. филол. н. – Пермь, 2011. – 20 с.
22. Зубакина, Т. Н. Метафорическое моделирование историко-политического события (на материале мемуаров У. Черчилля «The Second World War»): специальность 10.02.19 – теория языка: автореф. дис. ... канд. филол. н. – Екатеринбург, 2015. – 24 с.
23. Ивинских, Н. П. Динамика метафоризации в английском и русском методическом дискурсе: специальность 10.02.20 – сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание: автореф. дис. ... канд. филол. н. – Екатеринбург, 2012. – 24 с.
24. Исаева, Е. В. Метафора в дискурсе компьютерной безопасности (на материале русского и английского языков): специальность 10.02.19 – теория языка: автореф. дис. ... канд. филол. н. – Пермь, 2013. – 20 с.
25. Ковязина, Е. Н. Семантико-типологический аспект метафоризации в философском дискурсе (на материале русского и английского языков): специальность 10.02.19 – теория языка: автореф. дис. ... к. филол. н. – Пермь, 2012. – 20 с.
26. Макарова, Т. С. Репрезентация понятия «ирландская политическая идентичность» в историческом дискурсе XIX века: специальность 10.02.19 – теория языка: автореф. дис. ... канд. филол. н. – Пермь, 2021. – 20 с.
27. Лейчик, В. М. Новое в советской науке о терминах // Вопросы языкознания. – 1983. – № 5. – С. 118–127.
28. Мишланова, С. Л. Метафора в медицинском тексте (на материале русского, немецкого, английского языков): автореф. дис. ... канд. филол. н. – Пермь, 1998. – 17 с.
29. Мишланова, С. Л. Термин в медицинском дискурсе (образование, функционирование, развитие): специальность 10.02.19 – теория языка: автореф. дис. ... д-ра филол. н. – М, 2003. – 36 с.
30. Морозова, Е. В. Формирование терминологии джаза: структурно-семантический и лексикографический аспекты (на материале американских и британских газет первой половины XX в.): специальность 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика: автореф. дис. ... канд. филол. н. – Пермь, 2023. – 24 с.
31. Мурзин, Л. Н. Основы дериватологии / Пермь: ПГУ, 1984. – 54 с.
32. Мурзин, Л. Н., Штерн, А. С. Текст и его восприятие. – Свердловск: Уральский у-т, 1991. – 172 с.
33. Мукосеева, Я. Ю. Терминология металлургического производства XVIII века (на материале путевых записок П. С. Палласа, И. И. Лепехина, И. П. Фалька и руководства по металлургии В. де Геннина): специальность 10.02.19 – теория языка: автореф. дис. ... канд. филол. н. – Пермь, 2022. – 19 с.
34. Пермякова, Т. М. Моделирование и типология дискурса межкультурной коммуникации: специальность 10.02.19 – теория языка: автореф. дис. ... д-ра филол. н. – Пермь, 2009. – 38 с.
35. Полякова, С. В. Метафорическое моделирование в русском и американском медицинском дискурсе: специальность 10.02.19 – теория языка: дис. ... канд. филол. н. – Пермь, 2011. – 180 с.
36. Ремянникова, Д. О. Метафтонимия в рекламном дискурсе (на материале слоганов русского, английского и французского языков): специальность 10.02.19 – теория языка: автореф. дис. ... канд. филол. н. – Ижевск, 2022. – 20 с.
37. Скрыбина, Е. Ю. Лингвокогнитивное моделирование метафоры в дискурсе туризма (на материале русского и немецкого языков): специальность 10.02.19 – теория языка: автореф. дис. ... канд. филол. н. – Ижевск, 2022. – 20 с.

38. Смирнова, Ю. С. Дефиниционное моделирование в терминологическом поле термина сепсис (на материале русского и английского языков): специальность 10.02.19 – теория языка: автореф. дис. ... канд. филол. н. – Пермь, 2010. – 20 с.
39. Стругова, С. В. Лексическая оппозиционность в спортивном дискурсе (на материале русского, английского и немецкого языков): специальность 10.02.19 – теория языка: автореф. дис. ... канд. филол. н. – Пермь, 2010. – 20 с.
40. Суворова, М. В. Трансдискурсивная модификация модели метафоры (на материале научного, научно-популярного и популярного дискурсов): специальность 10.02.19 – теория языка: дис. ... канд. филол. н. – Пермь, 2019. – 190 с.
41. Тарасова, Н. П. Метафорическое моделирование эпидемии в медийном дискурсе (на материале русских и немецких текстов): специальность 10.02.19 – теория языка: дис. ... канд. филол. н. – Пермь, 2013. – 192 с.
42. Теоретические аспекты деривации: межвуз. сб. науч. тр. Пермский у-т, 1982. – 160 с.
43. Уткина, Т. И. Метафора в научно-популярном медицинском дискурсе (семиотический, когнитивно-коммуникативный, прагматический аспекты): специальность 10.02.19 – теория языка: автореф. дис. ... канд. филол. н. – Пермь, 2006. – 20 с.
44. Филиппова, А. А. Внутриотраслевая полисемия в русском и немецком методическом дискурсе (на примере концепта «цель»): специальность 10.02.20 – сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание: автореф. дис. ... канд. филол. н. – Екатеринбург, 2008. – 24 с.
45. Хрусталева, М. А. Синонимия в методическом дискурсе: когнитивный аспект (на материале русского, французского и испанского языков): специальность 10.02.19 – теория языка: автореф. дис. ... канд. филол. н. – Пермь, 2007. – 20 с.
46. Cabré, M. T. Theories of Terminology. Their description, prescription and explanation // Terminology. – 2003. – 9(2). – С. 163–199. – John Benjamins Publishing Company.
47. Temmerman, R. Towards New Ways of Terminological Description. The Sociocognitive approach. – Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins. – 2000. – 258 p.
48. Wüster, E. Einführung in die allgemeine Terminologielehre und terminologische Lexikographie. – Fachsprachliches Zentrum Handelshochschule Kopenhagen, 1985. – 214 p.

В. Э. БУДЕЙКО

Челябинский государственный университет
(Челябинск, Россия)

ОБ ОСНОВАХ ФИЛОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

ABOUT BASES OF PHILOLOGICAL EDUCATION IN MODERN RUSSIA

Аннотация

Статья содержит ряд доводов, определяющих диалектическое значение реального и гуманитарного образования в современной образовательной системе России. В исторической ретроспективе даны сопоставительные концептуальные положения двух вышеназванных направлений. Представлен пространственный анализ концепций и фактов российского образования в истории XIX–XXI веков: в диалектике развития реального и гу-

манистического (классического) образования. В философском дискурсе представлен основной диалог между материалистическим и идеалистическим подходами в педагогике общественного развития. В статье определены рекомендации по пересмотру основ обучения и воспитания в современной образовательной системе России. Представленное сопоставление способствует глубокому пониманию причин современных социальных и гуманитарных проблем в российском обществе, помогает наметить пути их решения и преодоления.

Abstract

The article contains several arguments defining the dialectic meaning of real / science education and humanistic / classical education in the modern Russian education system. The comparative conceptual points of the two above-mentioned fields are given in this article from a historical perspective. Furthermore, an extensive analysis of Russian education concepts and facts from the XIX-XX centuries is presented: in dialectic of real / science education and humanistic / classical education development. The main dialogue between materialistic and idealistic approaches in social development pedagogy is shown in philosophical discourse. The article defines recommendations for revising the modern Russian education system's bases of teaching and upbringing. Represented correlation leads to a deep understanding of modern Russian society's social and humanistic problems, and it also helps to contemplate the methods of solving and overcoming the issues.

Ключевые слова: *диалектика развития, гуманистическое / гуманитарное образование, классическая система образования, реальное образование.*

Keywords: *dialectic of development, humanistic education, classical education system, real / science education.*

Проблема, определённая нами, не является новостью в истории науки и образования. Ранее эту проблему с разных сторон пытались изучить учёные и философы: Ф.И.Буслаев, В.В.Розанов, С.Л.Франк [Будейко, 2016; Будейко, 2018; Буслаев, 1992; Розанов, 1899; Франк, 1990; Франк, 2010]. Целью нашей работы является открытие не востребуемых сокровищ классической системы образования в перспективе вероятного развития российской культуры и системы общего и высшего образования. Так, некоторые события 2020 – 2024 гг. заставляют нас трезво взглянуть на то, что дистанционное образование как самое экономичное (мало затратное в денежном выражении) может постепенно вытеснить традиционное (настоящее) образование в России, а это, значит, что живое общение учителя и ученика, столь необходимое для становления филолога может быть похоронено для демократического большинства (речь идёт о низкооплачиваемых слоях российского населения, которые составляют большинство в России).

Для ясности изложения представим сравнительный анализ двух направлений российского образования, имевших место в истории XIX и XX веков: реального образования и гуманистического (классического) образования. Полагаем, что представленное сравнение даёт основание внедрить второе направление, дабы возродить обе модели в современной системе образования на миролюбивой основе, а также не без основания указать на причинно-следственную и онтологическую связь прошлого и настоящего, сохраняющуюся вопреки многим разрушительным реформам и переменам, происходящим в России за истекшие сто пятьдесят лет. Важным аспектом этого исследования является разрушение стереотипов, существующих в массовом сознании относительно некоторых терминов и категорий классического образования.

Подвержена сомнению нами сама годность выбранного прежде отечественного пути образования в том, что идёт, якобы объективное развитие на фоне «объективного сокра-

щения часов на преподавание древних языков и истории родной словесности и культуры» (т. е. древнегреческого, латинского, старославянского, древнерусского, церковнославянского, истории и словесности родного языка и т. д.), тогда как следствием такого сокращения являются факты немислимого падения общей и профессиональной культуры выпускников высших учебных заведений, не исключая и гуманитариев. Например, пособие по латинскому языку для III-го класса классических гимназий и прогимназий 1914 г. содержит учебный материал, который современные студенты, будущие филологи, философы и историки не усваивают полностью в отведённое им время, поскольку им даётся на этот языковой курс лишь один семестр по 2 часа в неделю, тогда как гимназистам третьего класса до 1917 года предоставлен был год (т.е. два семестра по 5 часов в неделю) и далее изучались классические языки, а также и церковнославянский в гимназии изучались до последнего выпускного класса [Максимова, 2005, с. 70; Радецкий, 1914].

1. Что мы видим и наблюдаем теперь: в немалом количестве явились миру воинствующие невежды с дипломами о высшем образовании не способные здраво судить о сравнительно-исторических исследованиях, ни о важности в целом древних языков в системе воспитания ответственного гражданина своего отечества. *Qui proficit in litteris, sed deficit in moribus, plus deficit, quam proficit*, — гласит укоризненно средневековая поговорка.

2. Следствием такого неразумного сокращения древних языков и литератур явилось и небрежение к воспитательной сущности образования. Современная средняя и высшая школа выдаёт на горе миру некое умалчиваемое число «специалистов» безответственных, невоспитанных, бездуховных и т. п. Руководство учебными заведениями не озабочено нравственно-духовными проблемами и страстями своих подопечных. Так, недавно в Челябинских СМИ прошло сообщение: задержан бывший выпускник медицинского вуза, который расчленил тело пациента. В ходе следствия выяснилось, что этот «доктор» был поклонником сатаны, последовательно исповедуя его заповеди (события ноября 2019 г.). Другой пример, дело Зарипова, пятидесятилетнего главного врача Карталинской больницы, жестоко убившего свою сожительницу на почве ревности, которая была младше его на 20 лет (события августа 2020 г.). Стоит и вспомнить недавние события: расстрелы школьников выпускником этой же школы в Казани, или же студентом-первокурсником студентов – в Пермском университете (события 2021 г.). Удивительно, что уже не вспоминаются нашими современниками эти ужасные и бессмысленные убийства. К сожалению, мы не располагаем статистическими исследованиями, определяющими степень оккультного влияния, духовного падения российской молодёжи, однако многие источники свидетельствуют, что уровень преступности среди молодёжи в 2022-2023 гг. поднялся до уровня 1992-1993 гг. Показательные примеры, но какое может быть у руководителя учебным заведением законное, упреждающее основание для педагогического влияния или отчисления безнравственного школьника или студента, будущего врача или педагога? Только одно – задолженности, провалы на экзаменах, неполучение зачётов. Тогда как слышим и видим, как современные студенты обыкновенно сквернословят, совершают правонарушения, занимаются непотребством в свободное от учёбы время.

3. Сокращение количества абитуриентов на историко-филологические направления, которое связано с падением уровня историко-филологической осведомлённости, с утратой желаний, интереса заниматься подобного рода культурной и духовно-просветительской деятельностью, что возможно связать с общим падением уровня духовности у современной молодёжи, за некоторым, несомненно, исключением.

Иногда можно услышать, прочитать резкую критику на руководство нашим образованием. В связи с этим следует заметить, что современные руководители образования не прилетели с другой планеты или континента, это такие же люди, учившиеся, как правило, в советской или современной российской школе, и, значит, являющиеся в таком

качестве продолжением современной системы образования и её господствующего направления. В чём же причины этому производству *безобразного* образования современных граждан России?

4. Очевидно, что основание традиции современной российской школы было положено в 1918-1919 годы, а, возможно, и ранее (возможно, это связано в какой-то мере с реформами 1905-1906 и 1917 гг.). Но именно после октябрьского / ноябрьского переворота 1917 года отечественная школа приняла и усвоила радикальные принципы и направления безальтернативного советского реального образования, т. е. свобода выбора путей, способов развития личности была полностью уничтожена, ни о какой диалектике развития не могло быть и речи. Инакомыслие в образовательной сфере жестоко наказывалось. Что же имели наши предки, предшественники до этой злополучной реформы, плоды которой мы пожинаем, собираем теперь?

До злополучной реформы 1918-1919 гг. в России существовало два направления образования: реалистическое и классическое (гуманистическое). Реалистическое или реальное направление основывалось по существу на принципах материалистического мировоззрения, эти принципы были терпимы в тогдашнем обществе (особенно после 1905-1906 гг.) по причине того, что материальная сторона бытия является неотъемлемой, необходимой частью нашей действительной жизни, однако, увы, не она определяет вектор духовного развития общества. Отметим, что термин «реалистический / реальный» довольно многозначный в истории науки, подразумевающий и реализм в искусстве, литературе и языкознании; так, реализм в языкознании – это утверждение существования общего, идеального независимо от человеческого сознания, что явно противоположно материалистическому тезису о первичности материи. В педагогике XX века реальное или реалистическое направление прочно закрепилось на основе материалистического мировоззрения, поэтому далее в нашем исследовании будем наименовывать это направление как материалистическое (см. М.).

Древнеклассическое, классическое или гуманистическое направление связано своими идеями изначально с идеалистическим мировоззрением, поэтому такое направление будем называть идеалистическим (см. И.). До социалистической революции в России классическое образование было развито в классических гимназиях, университетах, духовных семинариях и академиях. Идеализм, свойственный этому направлению, по существу есть та часть человеческой жизни, которая придаёт ей цель и обеспечивает возможности развития тех страт общественной и личной жизни, которые пронизаны и вдохновлены идеалистическими мотивами, устремлениями, желаниями. Идеальное, абсолютное, вера в Абсолютность добра, его необусловленность обстоятельствами являются сердцевинной духовной жизни личности и общества, оно необходимо обществу, поскольку любая идеология живёт идеалами, выработанными и принятыми большинством. Например, человек стремится к идеальному счастью, но его никогда полностью не достигает; он верит в будущее, которое актуально для него может и не наступить. Без идеального жизнь теряет свою привлекательность, вкус к творчеству и энтузиазм, напротив – материализм останавливает эволюционное движение, и в некоторых моментах истории даже опустошает, мертвит и губит души, ибо является причиной многих пороков и пагубных страстей (сребролюбия, сластолюбия, славолубия и т.д.).

Несомненно, что внутренняя жизнь личности – достаточно сложный и порою противоречивый феномен и ноумен, обозначая себя в решениях и поступках современной жизни, поэтому бывает и так, что личность, как будто исповедует идеалистическое мировоззрение, однако может руководствоваться и поступать сообразно материалистическим задачам и желаниям, а бывает и так, что человек утверждает, что он – материалист, однако оказывается таковым лишь на словах, а явно он осуществляет идеальную веру

и идеалистические намерения. И, тем не менее, основная доминанта, конечно, в поведении вполне может дать основания для ясного определения: кто есть кто? Проблемой доминанты в личностных проявлениях много занимался А.А. Ухтомский (1875-1942) [Ухтомский, 2002].

Итак, рассмотрим два направления в среднем и высшем образовании России в некотором историческом сравнении на протяжении последних ста с лишним лет, дабы понять их разнонаправленность, т. е. куда нас ведёт то или иное направление. При этом мы исходим из понимания того, что они (эти направления) подобны двум вёслам на лодке, и должны быть использованы разумно, равнозначно и равносильно, в противном случае возможно кружение на месте или даже отдавание себя на произвол стихий мира сего.

1. И.: классическое или гуманистическое направление, наиболее ярко выраженное в классическом гимназическом и высшем образовании XIX – начала XX века, отдаёт предпочтение систематическому (многолетнему) обучению под руководством опытного наставника древним языкам и словесности, при этом в чести оказывается и основательное изучение родной языковой древности и культуры.

М.: материалистическое направление отдаёт предпочтение обучению отечественному языку (с наклоном к сокращению аудиторных часов, следствием развития этого направления, надо полагать, будет тотальное дистанционное обучение для несостоятельного в материальном отношении большинства), потому что большее внимание придаёт это направление самостоятельному обучению.

2. И.: главное в этом образовании – это древнеклассический вековой опыт, блистательная и глубокая обработка древней словесности и культурного, религиозного предания, традиции.

М.: внимание к действительной жизни и прагматическим задачам приспособления к ней, а приспособление, разумеется, требует динамичной беспринципности и покорности ради меняющейся жизни, ибо сопротивление изменениям – это уже другая сторона мировоззрения – идеальная, что явно противно материализму по существу вопроса, ибо что первично – конечно, материя, утверждает материалист, и её требования являются законными требованиями жизни для любого материалиста (или реалиста).

3. И.: утверждение и доказывание, что былое (т. е. культурное предание) связано с теперешним состоянием, т. е. по существу тезис о единстве всего сущего и былого выступает в качестве важнейшего закона истории жизни.

М.: отрицание, непризнание, забвение животворящего корня (предания, традиции), на котором разумно живёт и движется настоящее. Материализм в упрощении своём полагает, что может, уничтожив прошлое до основания, построить независимое от прошлого настоящее и будущее.

4. И.: понимает современную образованность как неоценимое сокровище, переданное от веков протекших, а само предание как духовное достояние народа, нации, семьи, общества.

М.: по господствующему образу мыслей реалистическое направление – это, в радикальных последствиях своих, безбожие и современная безнравственность, о чём писали ещё немецкие учёные XIX в. Например, И. Гинтер и И. Нагель [Буслаев, 1992, с. 35-37; Франк, 1990]. Мы находим порицание этому даже у Софокла: «И учат благородные сердца / Бесстыдные поступки совершать, / И указуют людям, как злодейства / Творить, толкая их к делам безбожным» [Софокл, 1970, с. 191].

5. И.: идеализм этого направления в основательной глубине своей исповедует философию всеединства (см. учение св. Афанасия Александрийского, Вл. Соловьёва, С.Л. Франка): всё со всем взаимосвязано в сущности неочевидным образом [Сенокосов, 1990, с. 3-8]. Диалектика становления выводится из «двух великих и вечных *этических*

начал – начала общественного блага и начала свободного развития личности, ибо совесть велит нам заботиться о благе общества, об устройении внешней, эмпирической жизни наших ближних, об их счастье и довольстве; и наряду с этим она повелевает нам “не угашать духа”, развивать заложенные в нас силы, давать широчайший простор тому духовному началу, которое содержится в нашей личности» [Франк, 2010, с. 56].

М.: это направление развивает в учениках *исподволь* дух каст и сословное расслоение общества по разным признакам и свойствам (физическим, духовным, материальным, вещественным, географическим, расовым и т. д.) [Буслаев, 1992, с. 35].

6. И.: классическое направление связано с изучением древнего языка и словесности, судеб и обстоятельств того времени, откуда пришла современная образованность. Сюда же относятся обе классические литературы, восточная литература и Святое Писание, язык и литература наших предков, христианство и его разные формы и ветви, высокая духовная поэзия, глубокое знание истории, философии, вся наша народная старина, на которой покоится общественный и политический порядок современного быта, следовательно, всё, что есть важнейшего в нашей вере и религии, в высшем образовании и в самом государственном устройении, «всё это покоится на предании и своими по целым столетиям глубоко внедрившимися корнями извлекает из него себе пищу и возрастание. Срубите дерево при корне, отлучите настоящее от прошедшего: что́ станется с образованием?» – писал Ф.И. Буслаев в 1844 году [Буслаев, 1992, с. 35].

М.: направленность материалиста в развитии своём устремлено к вещественному, материальному приращению, нетрудно вспомнить эти постоянные ссылки на экономику и финансы в СМИ, даже если открыто об этом и не заявляет материалист, и тем не менее, они / он приглашает юных к потреблению мирских благ, признаёт сообразным для себя единственно то, что ведёт к материальным целям (блистательная карьера, большие доходы, выгодные и влиятельные знакомства), т. е. что умножает богатства, сопряжённые с благополучием и силою, властью и сословным господством в обществе. Для материалиста всякое дело ничтожно и глупо, если его нельзя сосчитать на деньги или смерить материальным образом. Занятия восточными и древними языками почитаются для него делом ненужным, если их нельзя перевести в деньги. Высшее образование в поэзии, филологии и философии кажется материалисту праздною игрою и глупостью, потому что корысть породила материализм, к корысти и стремится он. Заметим, что эта социалистическая школа в силе своей возникла на развалинах царизма в 1918 году и затем, развиваясь, закономерно привела к самоуничтожению этого же социализма в 1990-е годы, поскольку произвела несколько поколений своекорыстных личностей, социальных особей, не радеющих об истинном сохранении родины, отечества, общественного мудрого уклада, слагаемого веками. Если это продолжится и далее, то приведёт закономерно к следующему самоуничтожению существующего государственного строя и нашего российского уклада жизни.

7. И.: классики учат, что воспитание имеет внутреннюю, высшую духовную цель в общем образовании человека. В христианском образовании (в семинарии, академии) духовная цель – творческое уподобление святости, подобие образу Спасителя. Коренной вопрос этого воспитания: зачем, для чего?

М.: воспитание предполагает только внешнюю цель – образование человека для его назначения, приспособления и обустройства в этой земной жизни. Коренной вопрос этого воспитания: как? Ибо «зачем и для чего» упраздняется внешними материальными целями. На вопрос: «в чём смысл жизни» материалист отвечает софистически: «смысл жизни – в самой жизни», т.е. в материальной жизни.

8. И.: цель образования и преподавания – образование, укрепление духа и его свойств и далее – следование высшему идеалу человеческого и божественного бытия.

М.: цель образования и преподавания – сообщение полезных сведений в самом обширном объёме (отсюда и такое неумеренное многообразие учебных предметов в школах там, где царит материалистическое направление).

9. И.: множество учебных предметов рассеивает и ведёт к поверхностному знанию, что вредно для духа и души, ибо мешает личности сосредоточиться на самом главном, важнейшем, развивает поверхностное внимание, мелкий утилитаризм, утрату душевной глубины. При этом замечено, что многопредметность в образовательном пространстве особенно вредна и губительна преимущественно душам интравертивного типа характера [Розанов, 1899].

М.: ученики должны знать, как можно больше разнообразных сведений, чтобы уметь быстро и умело приспосабливаться к меняющейся жизненной ситуации, к современному порядку вещей.

10. И.: юный дух полнее развивается предметами духовными, нежели вещественными. Отмечено многовековым педагогическим опытом, что предметы духовные ярко выражены в языке и текстах духовного содержания.

М.: предметы знания и познания должны быть полезны для практической современной жизни.

11. И.: учение должно быть важнейшим делом жизни каждого учащегося, когда оно направляет духовные свойства личности к идеальному его совершенству.

М.: ученье должно быть игрою и развлечением, ибо таким образом оно развивает в человеке гибкость ума и мотивацию, сопряжённую с интересом.

12. И.: оценивание знаний должно быть строгим и принципиальным, каждый год обучения должен заканчиваться экзаменами. Оценивать следует также и поведение, внимательность, прилежание учащегося. Лучше меньше отличников, но лучшие составят истинное ядро государственности, науки и образованности. Принципиальная избирательность воспитывает волю и чувство справедливости, любви к правде, которые в жизненных трудах добываются нелегко.

М.: оценивание знаний не должно быть строгим, нужно проявлять снисходительность и завышать оценки, дабы не травмировать личность, а мотивировать её на лучшее. Такая практика завышения оценок уже теперь приносит свои плоды: снижение требований к знаниям, навыкам, умениям порождает поколение специалистов с низким уровнем профессиональной подготовки. Продолжает падать культурный уровень молодёжи, меняются культурные приоритеты, «специалисты» перестают читать сложные тексты, понимать глубокие идеи, высокое искусство, нравы грубеют, мораль превращается в пыль, высокая культура становится ненужным и тягостным требованием для низко образованной массы. Затем такие «специалисты» приобретают власть и положение в обществе, происходит разлитие и господство грубых нравов, поверхностных и радикальных идей (коммунизма, анархии, нацизма, расизма, трансгуманизма), начинается грубая игра с манипуляцией массовым сознанием.

Отметим далее важнейшую сторону в образовании: обучение родному языку в юном и младом возрасте.

13. И.: отечественный, современный родной язык не может дать учащемуся ясные понятия о грамматических формах, потому что он тесно связан и совпадает с возрастающей личностью, поэтому отдельным предметом, помогающим понять родной язык, должен быть представлен древний язык (для русского – какой-либо древний индоевропейский: латинский, древнегреческий, старославянский), как язык чуждый сознанию для юного учащегося, поскольку имеет все выгоды объективности для изучаемого предмета.

М.: на родном языке учащийся естественно и легко узнаёт строение языка вообще (в этом тезисе материалисты выказывают явное недопонимание металингвистической проблемы языковедения и метаязыковой функции живой речи).

14. И.: при изучении родной словесности надобно ограничиваться весьма немногими, но самыми лучшими писателями и их выдающимися произведениями, желательны, образцовыми, классическими.

М.: читать надо как можно больше различных писателей, особенно современных, чтобы быть в курсе современного литературного процесса.

15. И.: школа не для забавы существует, школа учит побеждать скуку, волей характера воспитывается нравственное чувство долга и обязанности юной личности перед родителями, семьёю, обществом, родиной, поэтому чтение и анализ классических текстов должны быть систематическими и постоянными.

М.: чтение должно быть лёгким и непринужденным, оно может забавлять, скука не принесёт плода.

16. И.: вредно питать в молодых учениках дух тщеславного авторства, заставляя их самостоятельно сочинять, ибо преждевременное авторство ведёт к празднословию, пустословию и посредственности.

М.: сочинения на родном отечественном языке лучше развивают литературные способности учащихся.

17. И.: от учителя, преподавателя нельзя требовать знания всех новых литератур. Он должен знать классические образцы, а толки обо всём понемножку влекут к вредной, злокачественной посредственности. Учитель, преподаватель весьма легко может ополчиться, если будет судить с учениками о таком писателе, которого не читал в подлиннике, а знает только понаслышке.

М.: изложение риторики и поэтики требует от учителя, преподавателя, чтобы он представлял характеристику произведений не только древнеклассических, но и новых литератур.

Таковы самые общие проблемные замечания, о которых писали ещё в XIX в. [Буслаев, 1992; Розанов, 1899]. Не трудно увидеть здесь современные признаки тех концепций, которые осуществляются и внедряются уже не одно десятилетие в учебную жизнь России. Столкновение и борьба противоположных направлений – это педагогическая диалектика, придающая школе разумное движение и жизненное развитие, обещающая в будущем устройство добрых и разумных начал. Как мы знаем, идеалистическое направление полностью было уничтожено в российской школе за последние сто с лишним лет. Примечательно, что ещё в XIX в. Ф.И. Буслаев писал: «Окончательное решение вопроса о преподавании... родного языка единственно тогда воспоследует, когда уразумеет друг друга, примирятся две враждующие партии ... и полюбовно согласят свои требования» [Буслаев, 1992, с. 34]. К сожалению, ни любви, ни уважения, ни понимания мы не наблюдаем в педагогической науке за протекшие сто с лишним лет. Но понимание диалектики в образовании настоятельно необходимо, ибо это напрямую связано с тем, кто будет жить после нас, кто будет управлять нашей страной и государством. Позволим себе высказать некоторые итоги и предложения:

1. Во-первых, надобно отказаться от враждебного, отрицательного отношения к древним языкам и словесности, а потом уже ввести их в курс преподаваемых предметов и в средней, и в высшей школе. В частности надобно отказаться, и от термина «мёртвый язык» применительно к богослужебным (древним) языкам. Это наследие советской атеистической идеологии, поскольку такой термин оскорбляет чувства верующих, ведь древний язык продолжают использовать в общении с Богом живым и вездесущим. Очевидно, что, используя богослужебный язык в традиционных религиях, люди соединяют этот древний язык с современным дискурсивным смыслом в категориях: текст – действительность – дискурс – смысл (онтологический и функциональный), поэтому для этого языкового смысла каждый знак такого языка связан с жизнью слова и дела.

2. Пересмотра требует и самая общая стратегия современного образования, ибо по своим последствиям современное образование может разрушить и существующий строй, и уклад нашей культурной жизни, как это и произошло в 1990-е годы. Гуманистическое, идеалистическое направление должно быть понято и принято в современную систему образования. Дело за малым: надо включить в концепцию образования гуманистическое (классическое) направление, т.е. попытаться восстановить былую свободу многоукладного российского образования.

3. Из второго пункта вытекает третье: многоукладность образования предполагает существование свободы становления и развития образования, т.е. существование и функционирование разных видов школ в разных руслах мировоззрения: материализма, идеализма и христианского реализма [Камчатнов, 2001, с. 37; Франк, 1990].

Список литературы

1. Будейко, В.Э. Древняя письменность и языки в новом университете // Лингвокультура университета: коллективная монография / Под ред. С.А. Питиной. Челябинск : Энциклопедия, 2016. – С.94-109.
2. Будейко, В.Э. Реальное и гуманитарное образование в современной российской школе // Учитель – начало всех начал: школа в современной России: Материалы Всеросс. научн.-практ. конференции (г. Липецк, 20-21.04.2018). – Липецк : ЛГПУ, 2018. – С.24-27.
3. Буслаев, Ф.И. Преподавание отечественного языка / Фёдор Иванович Буслаев. – Москва : Просвещение, 1992. – 512 с.
4. Из истории русской философской мысли конца XIX и начала XX века: Антология / Под ред. С.Л. Франка. – Анн-Арбор : Inter-Language Literary Associates, 1965. – 299 с.
5. Камчатнов А. М., Николина Н. А. Введение в языкознание. – Москва : Флинта, 2001. – 229 с.
6. Максимова, С.Н. Преподавание древних языков в русской классической гимназии XIX – начала XX века. Монография. – Москва : Греко-латинский кабинет Ю. А. Шичалина, 2005. – 300 с.
7. Радецкий, С. Учебное руководство по латинскому языку для III-го класса гимназий и прогимназий. – Москва : Изд. Т-ва «В.В. Думновъ, Наслѣдники Бр. Салаевыхъ», 1914. – 116 с.
8. Розановъ, В.В. Сумерки просвѣщенія: сборникъ статей по вопросамъ образования / Василий Васильевичъ Розановъ. – Санкт-Петербургъ : Изд. П. Перцова, 1899. – II, 240 с.
9. Роцинский, С.Б. Семён Людвигович Франк // Франк С.Л. Избранные труды. – Москва : Российская политическая энциклопедия, 2010. – С.5-48.
10. Сенокосов, Ю.П. Семён Людвигович Франк // Франк, С.Л. Сочинения. – Москва : Правда, 1990. – С.3-8.
11. Софокл. Антигона: Пер. с др-грч. С. Шервинского, Н. Познякова // Античная драма. – Москва : Художественная литература, 1970. – С.179-230.
12. Ухтомский, А.А. Доминанта / Алексей Алексеевич Ухтомский: гл. ред. Е.Строганова. – Санкт-Петербург : Питер, 2002. – 448 с.
13. Франк, С.Л. Избранные труды / Семен Людвигович Франк. – Москва : Российская политическая энциклопедия, 2010. – 664 с.
14. Франк, С.Л. Сочинения / Семен Людвигович Франк. – Москва : Правда, 1990. – С.9-607.

Н. В. ГРИШИНА

Челябинский государственный университет,
Челябинск, Россия

**САМООЩУЩЕНИЯ УНИВЕРСИТАРИЕВ В ПЕРИОД АКТУАЛИЗАЦИИ
ПАМЯТИ КОРПОРАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ЮБИЛЕЙНЫХ ТЕКСТОВ
РЕГИОНАЛЬНЫХ ВУЗОВ)**

**SELF-AWARENESS OF UNIVERSITIES DURING THE PERIOD
OF THE CORPORATION MEMORY ACTUALIZATION (ON THE EXAMPLE
OF THE REGIONAL UNIVERSITIES' ANNIVERSARY TEXTS)**

Аннотация

Статья посвящена анализу моделей саморепрезентации региональных университетов в период юбилеев. Выявляются типы юбилейных текстов, подходы к написанию истории университетов. Делается вывод о роли университетской корпорации в написании университетской истории. Дается характеристика содержанию памяти корпорации об университетской культуре.

Abstract

The article is devoted to the analysis of self-representation models of regional universities during the anniversary period. The article identifies the types of anniversary texts, approaches to writing university history. The author concludes on the role of the university corporation in writing university history. The article describes the content of the corporation's memory of university culture.

Ключевые слова: история университетов, юбилей, память корпорации, региональный университет, классический университет

Keywords: history of universities, anniversary, memory of corporation, regional university, classical university

Университетская культура в России, зародившись в XVIII в. в столичных городах империи, долгое время носила элитарный характер. В начале XIX столетия появились первые университеты, которые с позиции подхода Т. Маурер [Университет и город..., 2009; Диссертационная культура..., 2022, с. 96], можно отнести к региональным – Казанский (1804) и Харьковский (1805) университеты. На протяжении XIX – начала XX века в России действовало 11 университетов, часть из которых была организована в регионах, в том числе по инициативе местных властей и общественности. Университетское пространство страны расширилось за счет Томского (1888), Саратовского (1909), Пермского (1916–1917) университетов. В рамках советского научно-образовательного проекта, по подсчетам Я. И. Кузьмина и М. М. Юдкевич, было создано 60 университетов [С. 85–86]. Одними из последних по образцу классических университетов были организованы Омский (1974) и Челябинский (1976) университеты.

Несмотря на то, что самые молодые университеты еще только приблизились к первой юбилейной дате – 50 лет, практически все они отметились текстами, посвященным так называемым «малым юбилеям» [Форстман, 2011; Челябинский государственный университет..., 2016, и др.].

Попробуем представить некоторую классификацию юбилейных текстов, приуроченных к юбилейным датам университетов. По мнению исследователей, в середине XX в. произошла смена стилей университетологии – от «большого стиля» 1950 – 1960-х гг., создававшего «монументально-парадное полотно истории университетов» к выдвиганию в центр внимания исследователей «университетского духа, университетского человека, университетского пространства как пространства культурных событий, центром притяжения которых является университет» [Краснова, 2009; Университет в истории и история университета..., 2014, с. 5]. При этом подчеркнем, что в этой тенденции сохраняется место написанию «парадной истории» университетов, созданию университетами, по меткому замечанию М. В. Загидуллиной, «своей летописи» [Форстман, 2011, с. 8]. Поиск модели саморепрезентации в период юбилейных торжеств, в которой отражается замеченная исследователями тенденция, можно проследить на примере текстов о Челябинском государственном университете. Изначально к 35-летию вуза издаются очерки истории университета, основанные в первую очередь на делопроизводственной документации и фотоархиве [Форстман, 2011]. Спустя пять лет университет позиционирует себя как региональный вуз, вовлеченный во все важные проекты Челябинской области [Челябинский государственный университет: 40 лет с регионом, 2016]. Наконец, в год 45-летия университета возможность поразмышлять о его прошлом, настоящем и будущем была предоставлена университетариям; их самоощущения от нахождения в университетском пространстве были представлены через серию интервью [Лица ЧелГУ, 2021; 2022]. Дополним предложенный перечень вариантов описания университетами собственной истории практикой создания биобиблиографических словарей [Уральский государственный университет в биографиях..., 2010] или фотоальбомов [Слався, университет!..., 2018]. В этом ряду важно отметить собственно исследовательский взгляд на историю университета, с выявлением «значений и смыслов», которые несет в себе его культурная история. Этот подход был реализован при написании «юбилейной истории» Казанского университета, ставшей классическим текстом по университетологии [Вишленкова, Малышева, Сальникова, 2005, с. 496]. Такой взгляд на историю университета достаточно быстро нашел своих продолжателей [Корзун, Рыженков, 2014].

Таким образом, юбилей как событие играет важную роль в «самопрезентации, консолидации и мобилизации» [Репина, 2017, с. 144] университетского сообщества, актуализирует память корпорации, будит желание представить свой путь университетария или даже готовность взяться за написание истории «своего» университета. Действительно, *авторы* университетской истории одновременно являются ее *актерами* [Сальникова, 2014], что определяет специфику жанра. Юбилейные тексты, авторы которых являются непосредственными свидетелями, включенными наблюдателями или активными участниками описываемых событий, обладают целым рядом особенностей, проистекающих из вовлеченности их создателей в университетскую жизнь. Это может мешать собственно научному взгляду на университетскую историю, но, в нашем случае, позволяет смотреть на юбилейные тексты как особый жанр и выявить самоощущения представителей университетской корпорации.

Размышления университетариев, конечно, зачастую целенаправленно выстроенные через вопросы интервью, обычно складываются в триаду «учителя – я в науке/университете – ученики» [Лица ЧелГУ, 2022]. Важно подчеркнуть, что в период «трансформации» университетского образования и даже в целом университетской идеи (как идеи классического университета) сохраняется представление об особенной «академической школе», «университетской культуре» [Лица ЧелГУ, 2022, с. 16]. Университет восприни-

мается, в первую очередь, как особая корпоративная культура [Университет в истории и история университета, 2014], система взаимоотношений, пространство взаимодействия, диалога и сотворчества [Лица ЧелГУ, 2022]. Согласимся с Е. А. Вишленковой, что университетский человек ощущает себя частью «длящейся истории» университета, для него является «необходимым воздаяние научным предшественникам, учителям, основателям, обращение в лекциях не только к современным слушателям и читателям, но и к будущим интеллектуалам» [Вишленкова, 2011, с. 94]. Это определяет традиции и ритуалы организации университетской жизни, в том числе в виде юбилейных и памятных публикаций и конференций, посвященных как университету, так и его выдающимся представителям, а также ставит вопрос о модификации модели саморепрезентации университета. Насколько устойчивы самоощущения университетариев? Влияют ли на них внешние воздействия, меняющие конфигурацию университетского пространства? У Челябинского государственного университета будет возможность предложить собственные ответы на эти вопросы в ближайшее время – в год 50-летнего юбилея.

Список источников и литературы

1. Вишленкова, Е. А. Мемориальная культура российского университета XIX века // Мир историка: историографический сборник / под ред. В. П. Корзун, С. П. Бычкова. Вып. 7. – Омск: Изд-во Омск. гос. ун-та, 2011. – С. 81–94.
2. Вишленкова, Е. А., Малышева, С. Ю., Сальникова, А. А. Terra Universitatis: Два века университетской культуры в Казани. – Казань: КГУ, 2005. – 500 с.
3. Диссертационная культура российского историко-научного сообщества: опыт и практики подготовки и защит диссертаций (XIX – начало XX в.): коллективная монография / под ред. Н. Н. Алеврас, Н. В. Гришиной. – М-СПб.: Нестор-История, 2022. – 464 с.
4. Краснова, Ю. В. Университет в российской истории и история университета: историографический очерк // Культурологические исследования в Сибири. – 2009. – № 1 (27). – С. 36–46.
5. Корзун, В. П., Рыженко, В. Г. Университетская корпорация и практики консолидации: локальная версия исследования в контексте истории молодого университета (Омский государственный университет, 1974–2014) // Университетская корпорация: память, идентичность, практики консолидации. – Казань: Изд-во «ЯЗ», 2014. С. 36–41.
6. Кузьминов, Я. И., Юдкевич, М. М. Университеты в России: как это работает. – Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2021. – 616 с.
7. Лица ЧелГУ. Т. 1 / под ред. А. Е. Гусенковой. – Челябинск: ЧелГУ, 2021. – 161 с.
8. Лица ЧелГУ. Т. 2 / Под ред. А. Е. Гусенковой. – Челябинск: ЧелГУ, 2022. – 205 с.
9. Репина, Л. П. Юбилейные истории университетов как жанр современной российской историографии // Диалог со временем. – 2017. – Вып. 60. – С. 142–152.
10. Сальникова, А. А. Об “инсайдерском” исследовании университетской истории: возможности и результаты, плюсы и минусы // Университетская корпорация: память, идентичность, практики консолидации. – Казань: Изд-во «ЯЗ», 2014. – С. 32–36.
11. Саратовский университет, 1909–1959. – Саратов: Изд-во Саратов. гос. ун-та, 1959. – 292 с.
12. Славься, университет! Иллюстрированные страницы истории ТГУ / Н. М. Дмитриенко, Э. И. Черняк, С. А. Некрылов и др.; науч. ред. Э. И. Черняк. 2-е изд., испр. и доп. – Томск: Изд-во Том. ун-та, 2018. – 320 с.

13. Университет в истории и история университета: к 40-летию Омского государственного университета имени Ф. М. Достоевского: очерки / отв. ред. В. П. Корзун. – Омск: Издат дом «Наука», 2014. – 380 с.
14. Университет и город в России (начало XX века) / под ред. Т. Маурер и А. Дмитриева. – М.: Новое литературное обозрение, 2009. – 784 с.
15. Уральский государственный университет в биографиях / сост. В.А. Мазур. 3-е изд., испр. и доп. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2010. – 616 с.
16. Форстман, Г. В. Первый университет на Южном Урале: очерки истории. – Челябинск: ЧелГУ, 2011. – 262 с.
17. Челябинский государственный университет: 40 лет с регионом. – Челябинск: ЧелГУ, 2016. – 175 с.

Н. В. ГРИШИНА, В. А. КЛАММ

Челябинский государственный университет,
Челябинск, Россия

**УНИВЕРСИТЕТЫ КАК ЦЕНТРЫ ПОДГОТОВКИ НАУЧНЫХ КАДРОВ:
МЕСТО УНИВЕРСИТЕТОВ В СОВЕТСКОЙ ДИССЕРТАЦИОННОЙ
КУЛЬТУРЕ (1930 – СЕРЕДИНА 1950-Х ГГ.)**

**UNIVERSITIES AS ACADEMIC TRAINING CENTRES: THE PLACE
OF UNIVERSITIES IN SOVIET DISSERTATION CULTURE (1930 – MID – 1950s)**

Статья подготовлена при финансовой поддержке
Фонда перспективных научных исследований
ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»
(приказ № 126-1 от 14.03.2024)

Аннотация

Статья посвящена рассмотрению роли университетов как мест защиты диссертаций в советской диссертационной системе 1930 – середины 1950-х гг. В статье рассматриваются количественные данные о защитах диссертаций в университетах и других организациях. В статье сделан вывод о роли университетов в развитии советской диссертационной системы.

Abstract

The article is devoted to the consideration of the role of universities as places for defending dissertations in the Soviet dissertation system of the 1930-mid-1950s. The article examines quantitative data on dissertation defenses in universities and other organizations. The article concluded on the role of universities in the development of the Soviet dissertation system.

Ключевые слова: диссертационная культура, университеты, диссертации, диссертационные диспуты, база данных.

Keywords: dissertation culture, universities, dissertations, dissertation disputes, database.

Диссертационная культура в России зародилась в XIX в. именно в университетах, которые на протяжении более чем столетия являлись основными центрами ее формирования и развития [Диссертационная культура..., 2022]. В университетах в период с 1813 по 1919 гг. было защищено 408 диссертаций по истории [Гришина, Алеврас, Выдрин, 2024], которые и составили весь объем диссертационных исторических трудов.

На протяжении 1920-х и первой половины 1930-х гг., как известно, защиты диссертаций с присуждением ученой степени не проводились, восстановление диссертационной системы произошло в 1934 г., а первые защиты «исторических» диссертаций фиксируются, начиная с 1936–1937 гг. Новая система присуждения ученых степеней, с одной стороны, апеллировала к дореволюционным ценностям диссертационной культуры, с другой, ориентировалась на потребности советского государства, особенно в деле подготовки марксистки ориентированных научных кадров. Это нашло отражение в различных аспектах диссертационной системы. В данном случае мы остановимся на характеристике того, как изменились «места защит» диссертации.

В анализируемый период (1936–1955 гг.), по нашим подсчетам было защищено 6086 диссертаций. В университетах было защищено менее 50% всех диссертаций по истории (2876 – 47,3%). Помимо университетов, в советской диссертационной системе появляются другие места защит. На втором месте расположились многочисленные, в том числе республиканские, институты Академии наук СССР (1112 – 18,3%). Третью строчку заняли так называемые историко-партийные учреждения (843 – 13,9%). Диссертационные диспуты также проводились в педагогических институтах, военных вузах, музеях и других учреждениях. Всего более 150 организаций имели право присуждать ученые степени.

В рамках советской диссертационной системы снижение числа защит в университетах произошло не постепенно, а достаточно резко. На это, безусловно, повлияли эксперименты со статусом исторической науки в вузах, а также политика, направленная на разделение функций по подготовке кадров между классическими университетами (кадры преподавателей) и научно-исследовательскими институтами (кадры ученых и научных работников).

Уже в 1930-е гг. за университетами остался сегмент в 55,4% (149) защит диссертаций; в 1940-е гг. число защищенных диссертаций сократилось до 42,8% (1020); в первой половине 1950-х гг. их численность выросла до 49,9% (1698).

Безусловными лидерами по числу защит были «старые» университеты, сохранившие традиции присуждения ученых степеней с дореволюционного времени. Наибольшее количество диссертаций было проведено в Московском (1061), Ленинградском (675), Киевском (353), Харьковском (56) университетах. В первую очередь, «столичные» университеты взяли на себя функцию создания «научной элиты» [Алеврас, Хамитова, 2022]. Достаточно быстро нарастили число защит университеты, находившиеся в столицах союзных республик: Азербайджанский (55), Белорусский (58), Ереванский (94), Среднеазиатский (50), Тбилисский (116) государственные университеты. Среди региональных вузов выделялись университеты в Львове (41), Ростове-на-Дону (59), Саратове (30), Казани (29) и Томске (23). В основном, все эти вузы можно отнести к дореволюционным университетам. Они либо были созданы в XIX – начале XX века, либо стали научно-образовательными центрами сразу после становления советской власти. При этом некоторые из них получили право присуждать ученые степени лишь в годы Великой Отечественной войны (Казань, Томск) после эвакуации в них ученых или целых институций (ВАК) из столиц.

Несмотря на пеструю палитру научно-образовательных учреждений, имевших право присуждать ученые степени, именно университеты, на наш взгляд, рассматривали эту

часть своей деятельности как наиболее важную, что выразилось, в том числе, в попытках зафиксировать и сделать публичными сведения о защищенных диссертациях [3, 4, 6, 7].

Таким образом, университеты перестают быть монополистами в деле защиты диссертаций, однако установленные в них процедуры влияли на становление традиций организации диссертационных диспутов в других институциях.

Список источников и литературы:

1. Алеврас, Н. Н., Хамитова, К. А. Создать научную элиту: абрис диссертационной культуры ученых-историков 1930–1950-х годов сквозь информационную призму библиографических указателей // Академическая гуманитарная наука в XX — начале XXI в.: достижения, тренды и перспективы развития: материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 100-летию Ордена Знак Почета Института истории, языка и литературы УФИЦ РАН. В 2 ч. Ч. II / отв. ред. З.Я. Рахматуллина. – Уфа: ИИЯЛ УФИЦ РАН, 2022. – С. 156–160.

2. Гришина, Н. В., Алеврас, Н. Н., Выдрин, О. В. Диссертации по истории, защищенные в российских университетах в XIX – начале XX в. / Н.В. Гришина и др. [База данных] // Свидетельство о регистрации базы данных RU 2024621777, 23.04.2024. Заявка от 16.04.2024.

3. Диссертации, защищенные в Казанском государственном университете. Библиографический указатель. – Казань: Изд-во Казанского университета, 1960.

4. Диссертации, защищенные в Ленинградском Ордена Ленина Государственном университете имени А. А. Жданова, 1934–1954 гг.: библиографический указатель. – Ленинград, 1955.

5. Диссертационная культура российского историко-научного сообщества: опыт и практики подготовки и защит диссертаций (XIX – начало XX в.): коллективная монография / под ред. Н. Н. Алеврас, Н. В. Гришиной. – М-СПб: Нестор-История, 2022. – 464 с.

6. Докторские и кандидатские диссертации, защищенные в Ереванском государственном университете с 1938 по 1969 гг. Ереван: Изд-во Ереванского университета, 1969.

7. Докторские и кандидатские диссертации, защищенные в Московском государственном университете с 1934 по 1954 г. Библиографический указатель. Выпуск третий. Факультеты: Исторический, Филологический и Факультет журналистики М: МГУ, 1960.

А. М. СКВОРЦОВ

Санкт-Петербургский филиал Института истории естествознания
и техники им. С.И. Вавилова РАН
(Санкт-Петербург, Россия)

**ОБРАЗ УЧИТЕЛЯ В ПАМЯТИ НАУЧНОГО СООБЩЕСТВА:
МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ (НА МАТЕРИАЛАХ ПЕТЕРБУРГСКОЙ
ШКОЛЫ АНТИКОВЕДЕНИЯ РУБЕЖА XIX – XX ВВ.)**

**THE IMAGE OF THE TEACHER IN THE MEMORY OF THE SCIENTIFIC
COMMUNITY: THE MECHANISM OF FORMATION
(BASED ON THE MATERIALS OF THE ST. PETERSBURG SCHOOL
OF ANTIQUITY AT THE TURN OF THE 19th AND 20th CENTURIES)**

Аннотация

В статье предпринята попытка рассмотрения процесса формирования образа учителя – петербургского антиковеда Ф.Ф. Соколова (1841–1909) – в трех публикациях. Две из них (1895 и 1905 гг.) посвящены 35 и 40-летию его научной деятельности, а одна (1910 г.) представляет собой посмертное издание научных трудов самого Соколова, выполненное учениками профессора. Автор данной статьи исходит из понимания памяти как социального феномена, конструируемого целенаправленно. Сформированная память стала частью идентичности петербургских антиковедов и фактором сохранения представлений о принципах и подходах в исследовании античной истории. Созданный образ Ф.Ф. Соколова воплощал в себе черты идеального ученого и противостоял циркулирующим у современников вокруг фигуры профессора слухам. Регулярная трансляция этого образа способствовала утверждению идентичности петербургских антиковедов и создавала представление о преемственности традиций и генетической связи с легендарным учителем.

Abstract

The article seeks to examine the formation of the image of the teacher, namely the St. Petersburg classical scholar F.F. Sokolov (1841–1909), through an analysis of three publications. Two of the volumes (1895 and 1905) are dedicated to the 35th and 40th anniversaries of his scientific activity, respectively. The third (1910) is a posthumous edition of Sokolov's own scientific works, prepared by the professor's students. The author of this article adopts the perspective that memory can be understood as a social phenomenon that is constructed with a specific purpose in mind. The constructed memory thus became an integral part of the identity of St Petersburg classical scholars, and a significant factor in the preservation of ideas about the principles and approaches to the study of ancient history. The image of F.F. Sokolov that was created at the time embodied the features of an ideal scholar and served to counter the rumours that were circulating among contemporaries about the figure of the professor. The regular presentation of this image served to reinforce the identity of St Petersburg classical scholars and fostered an understanding of the continuity of traditions and the connection with the legendary teacher.

Ключевые слова: историческая память, научное сообщество, антиковедение, Петербургский университет, Ф.Ф. Соколов, С.А. Жебелев.

Keywords: historical memory, scientific community, antiquity studies, St. Petersburg University, F.F. Sokolov, S.A. Zhebelyov.

Исследователи уже давно рассматривают коллективную память как социальный феномен [Репина, 2003, с. 11]. В научных сообществах историков Московского и Ленинградского университета, начиная со второй половины XIX в., с помощью некрологов, мемориальных сборников статей и памятных докладов создаются образы учителей. Сконструированные образы служат самоидентификации сообщества и формированию у неофитов определенного взгляда на науку, педагогическую деятельность в университете, общественную роль профессора, поскольку транслируемая информация отсортирована, упорядочена и подается под нужным углом зрения. Коллективная память поддерживается той коммуникативной средой, где созданный образ бытует, за счет обновляемого ресурса воспоминаний и символических медиаторов, к которым А. Ассман отнесла «передаваемые и воспроизводящиеся культурные объективации в виде символов, артефактов, практик и их институций» [Ассман, 2014, с. 30]. Думается, к таковым медиаторам можно причислить и юбилейные сборники. Три из них, посвященных петербургскому антиковеду Ф.Ф. Соколову (1841–1909), будут рассмотрены в настоящей статье в контексте формирования памяти об учителе в научном сообществе специалистов по истории греко-римской древности. Он был лидером одной из первых научных школ по античной истории в Петербургском университете.

В 1910 г. ученики умершего за год до этого Ф.Ф. Соколова (С.А. Жебелев, В.В. Латышев, Д.Н. Корольков, А.В. Никитский, Н.И. Новосадский, И.И. Толстой, К.В. Хилинский) издали на собственные средства сборник, куда вошли научные статьи их учителя [Труды Ф.Ф. Соколова]. Авторы-составители, судя по «Предисловию», представляют свою работу как священную обязанность «подвести итоги тому, что сделано было [их] <...> незабвенным учителем для науки» [Труды Ф.Ф. Соколова, 1910, с. III]. Сборник служит своего рода расплатой за долг, оставшийся после их ученичества у Ф.Ф. Соколова, который, как известно, организовал у себя на дому семинар, конечно, на безвозмездной основе, по переводу надписей, где и постигалось ремесло антиковеда. В какой-то мере в самом действии по созданию сборника возможно увидеть форму символического отдара. При такой интерпретации прослеживается любопытная параллель с объяснительными мотивами средневекового автора Эйнхарда по написанию им биографии Карла Великого. А.И. Сидоров, опираясь на сообщения античных авторов о древнегерманском дружинном быте и выводы А.Я. Гуревича о роли дарообмена в раннесредневековом обществе, пришел к заключению, что Эйнхард своей письменной работой как бы компенсировал «невывплаченный долг» императору, у которого при дворе он долгое время жил и получал различные блага [Сидоров, 2006].

Конечный абзац «Предисловия» к «Трудам Ф.Ф. Соколова» выявляет и еще одно целеполагание составителей этого сборника: сохранить «те высокие заветы, которые покойный проводил в своей ученой деятельности и которым он следовал в своей жизни» [Труды Ф.Ф. Соколова, 1910, с. VI]. Эти «заветы» возведены ими в ранг ценностей для всех тех, кто желает приблизиться к исторической истине. Думается, что в этих словах не следует видеть лишь пафосную высокопарную речь, написанную в связи со смертью мэтра. Подобные сборники – форма коммеморации, которая, по А.В. Святославскому, представляет собой «сознательный социальный акт передачи нравственно, эстетически, мировоззренчески или технологически значимой информации (или ее актуализации) путем увековечения определенных лиц и событий» [Святославский, 2011, с. 4]. Авторы-составители стремятся закрепить в памяти научного сообщества и читающей интеллигенции образ Ф.Ф. Соколова как человека, преданного науке, а его методы исследования

как единственно правильные, позволяющие достоверно выяснить историческое прошлое. Определенный психологический эффект имеет и фотография, заметим, молодого Ф.Ф. Соколова, помещенная на фронтиспise и создающая ощущение присутствия его самого, а значит, неувядания его научных принципов. Формируя такое представление о своем наставнике, ученики тем самым укрепляли и собственную репутацию, презентуя себя как высокого уровня ученых – продолжателей дела отошедшего в мир иной авторитетного профессора. Достоинства Ф.Ф. Соколова как исследователя становятся постулатами и одновременно маркерами сформированного вокруг него научного сообщества. Они служат и критериями оценки качества других трудов по древней истории. Поэтому сам сборник следует рассматривать как способ консолидации ученых и укрепления ими своих позиций в научном мире.

Есть и еще один важный аспект. В начале XX в. ходили всякие грязные слухи о Ф.Ф. Соколове. Окружающие посмеивались над внешностью профессора, некоторые студенты выражали неприязнь к лекциям ученого-педанта [Фролов, 1999, с. 191; Варнеке, 2013], что находило отражение и на восприятии исследовательского метода Соколова. Как отметил Е.А. Ростовцев, Петербургский университет рубежа XIX – XX вв. был вовлечен в социально-политические процессы страны и среди студентов популярностью пользовались такие профессора и приват-доценты, чьи лекции превращались в театральные действия и риторические уроки [Ростовцев, 2017]. Очевидно, на этом фоне Соколов проигрывал. Вокруг него множились всяческие домыслы. Отчасти им и был противопоставлен анализируемый объемный памятный сборник в 672 страницы (22 статьи), демонстрирующий интерес почившего профессора к разнообразным проблемам истории древней Греции – от гомеровского вопроса до эллинизма – и глубину его анализа исторических источников, включая эпиграфику и папирусы. В какой-то мере эта книга замещала собой так и не изданный Соколовым обобщающий труд по древней греческой истории.

С.А. Жебелев в некрологе на Ф.Ф. Соколова в качестве одной из задач также ставит развенчание образа чудаковатого профессора, сложившегося вокруг фигуры своего учителя. Автор не умалчивает и даже напрямую пишет в самом начале посмертного очерка об ироничном отношении к Ф.Ф. Соколову студентов и коллег (по сути, большинства людей, знавших его). Акцент на этом обстоятельстве нужен для того, чтобы противопоставить внешней неряшливости мэтра его высокий профессионализм, характеристике которого С.А. Жебелев и посвящает практически все дальнейшее повествование. Пресловутое «фактопоклонничество» Соколова наполняется новым смыслом – стремлением поставить любые обобщающие суждения на строго научную основу фактов – и трактуется как предельная точность и аккуратность в отношении информации, сообщаемой как в аудитории перед студентами, так и в научных публикациях. Именно нацеленность покойного профессора на критическое изложение истории древней Греции, по С.А. Жебелеву, препятствовала голословной передаче студенческой аудитории гипотез историков и предполагала объяснение и аналитику той комбинации источников, которая давала основание для заключений фактологического характера. Справедливо считая, что писатели древности, на которых приходится опираться современным историкам, на самом деле обладают ограниченными источниками информации и порой повторяют чужие неверные рассказы, Ф.Ф. Соколов всегда предостерегал от поспешных выводов и если вывод не очевиден, то советовал его представлять как вероятностный [Жебелев, 1909, с. 3]. Сам процесс получения фактических данных С.А. Жебелев излагает как кропотливую ученую деятельность, о которой очень хорошо знали ученики – близкие к покойному профессору люди, но не студенты, получавшие уже готовое положительное знание.

Теоретические рассуждения автора некролога о специфике работы с памятниками античности тесно переплетались с биографией Соколова, становились неотъемлемой частью жизни умершего профессора, тем самым обретая «энергетику индивидуального опыта» [Мазур, 2013, с. 228], притягивающую молодое поколение.

Заметим, что «Трудам» 1910 г. предшествовали две юбилейные публикации в честь Ф.Ф. Соколова. Первая – «ΣΤΕΦΑΝΟΣ» («ВЕНОК») – к 30-летней годовщине его ученой деятельности (ΣΤΕΦΑΝΟΣ, 1895). На форзаце этого издания «от учеников и слушателей» изображен лавровый венок, который здесь, вероятно, символизирует награду за научные достижения; на фронтисписе помещен портрет Ф.Ф. Соколова, сделанный с гравировки на меди В.В. Матэ на средства князя С.С. Абамелек-Лазарева, и далее представлены статьи авторов-почитателей юбиляра на весьма разнообразные темы – от древнего Египта до Македонии XIV в. Но всех их объединяет подход – выбор в качестве предмета исследования небольшой проблемы, связанной с критическим осмыслением конкретного исторического источника (чаще всего – одной или нескольких надписей).

Вторая публикация «от учеников» вышла к 40-летию научной деятельности Ф.Ф. Соколова [Сборник статей, 1905]. В помещенных здесь статьях анализу подвергнуты эпиграфические свидетельства с целью восстановления хронологии правления македонских царей после Александра Великого (К.В. Хилинский), выявления обязанностей греческих экзегетов (Н.И. Новосадский) и мнимонов (И.И. Толстой). А.В. Никитский прочитал и датировал ряд амфикиононских надписей этолийского времени. В.В. Латышев проанализировал найденную в 1904 г. мраморную плиту в Херсонесе Таврическом с гимном в честь Гермеса. С.А. Жебелев обратил внимание на эпиграфику III в. до н.э. в связи с историей союза островитян. Некоторые статьи содержат эпиграфы, являющиеся цитатами из публикаций Ф.Ф. Соколова и имеющие характер наставлений, то есть программы его научной школы. В одном случае профессор призывает к усидчивости и упорному труду при занятии древней историей, в другом – подчеркивает комплексный характер эпиграфики как науки, подразумевающей знания в равной степени и истории, и филологии, в третьем – отмечает важность для начинающих исследователей работы не только с опубликованным материалом, но и с оригинальным (сличение результата собственного копирования с изданиями этого источника). Наконец, еще один эпиграф определяет приоритетность для историков-антиковедов исследований именно документальных свидетельств, а также содержит правила исторической критики: официальные надписи можно трактовать близко к тексту, при анализе же нарративных источников не следует воспринимать заложенные в них сведения буквально, но помнить об их неточности и о временной дистанции между автором и событием [Сборник статей, 1905].

Подытоживая анализ трех публикаций, связанных с личностью Ф.Ф. Соколова, заметим, что основное их целеполагание – конструирование памяти об учителе. Поэтому и востребованность таких трудов у научного сообщества, следует признать, непродолжительна. Порожденные чувством долга, но не актуальной научной повесткой дня, они включают либо работы умершего ученого, которые на момент выхода уже могли морально устареть, либо труды учеников на самую разнообразную тематику. Наибольшую значимость имеет, скорее, сам процесс создания их, консолидирующий ученых, но не получившийся результат. Авторы-составители мотивированы морально-нравственными и психологическими установками, а потому уже через короткое время зачастую приобретают характер библиографической редкости.

Создаваемый в научном сообществе образ учителя актуализовался благодаря воспроизведению его элементов в мемориальных публикациях, устных воспоминаниях во

время памятных научных заседаний или занятий со студентами. В ходе диалога в научном сообществе – или непосредственного, или опосредованного через памятные сборники – презентуются специально подобранные факты из жизни мэтра для того, чтобы они стали уже чертами создаваемой абстрактно-символьной реальности – образа. Благодаря малочисленности самой группы антиковедов образ приобретал монолитный характер. С.А. Жебелев вел преподавательскую деятельность, готовил аспирантов и после революции: в 1920-е и 1930-е гг. Его занятия сопровождалось отсылками к работам Соколова, воспоминаниями об учителе. Заметим, что даже в условиях блокадного Ленинграда 3 декабря 1941 г. он, за три недели до своей смерти 28 декабря, выступил с докладом, посвященным столетию со дня рождения Ф.Ф. Соколова [Жебелев, 1993], где вновь перед ученым сообществом актуализировал наследие умершего 32 года назад профессора.

Транслируемый старшим поколением образ учителя у начинающих исследователей находил воплощение уже в их учителях – наследниках мэтра, которые, безусловно, подражали своему наставнику прежде всего в исследовательской практике. В 1916 г., во время празднования 25-летия научной деятельности С.А. Жебелева в Музее древностей Петербургского университета И.И. Толстой произнес речь, посвященную фигуре юбиляра, которую начал с изложения именно научных принципов Ф.Ф. Соколова, центральным из которых было стремление к прочному установлению исторического факта. После этого выступающий перешел к характеристике научных заслуг уже С.А. Жебелева, подчеркнув образцовость его исследований с точки зрения техники исполнения, выраженную в осторожности и тщательности анализа эпиграфики с привлечением по возможности литературных свидетельств, перепроверке полученных сведений путем сопоставления с данными общеисторической перспективы [Толстой, 1916]. Изложенный метод позволял не только установить факты, но «осязать живой трепет минувшей жизни» благодаря непосредственному общению с первоисточником [Толстой, 1916]. С.А. Жебелев охарактеризован как учитель, предостерегающий молодежь от верхоглядства, скороспелых заключений, призывающий критически относиться к трудам предшественников и развивающий тем самым собственное мышление у учеников [Толстой, 1916]. Другими словами, юбиляр представлен как продолжатель школы своего учителя. В формируемом в речи образе делался акцент на генетической связи С.А. Жебелева и его школы с Ф.Ф. Соколовым. У слушающих должно было создаться впечатление о преемственности традиций. Наконец, заметим, что условия войны, в которых осуществлялось чествование ученого, наложили свой отпечаток: появляются рассуждения о гражданском значении науки («Мощь страны обусловлена уровнем духовной ее культуры»), поднимающие результаты деятельности юбиляра еще на более высокий, общегосударственный уровень [Толстой, 1916, с. 157].

Обратим внимание, что рассмотренные нами источники аккумулируют в себе, с одной стороны, черты научного стиля ученого, с другой же, эмоциональную составляющую, выраженную в зарисовках отдельных наиболее ярких эпизодов из жизни мэтра. Последнее несколько «оживляет» мемориальный объект, на эмоциональном уровне приближая его. Сформированная память становится частью идентичности [Ассман, 2014, с. 227] и фактором сохранения научных принципов в антиковедении, особенно в тяжелые постреволюционные годы, когда изучение древней истории потеряло востребованность на государственном уровне и подверглось социологизаторству, а основы классической филологии находились под мощной критикой последователей «нового учения о языке». Таким образом, постулированные элементы памяти об учителе выходили далеко за пределы личности этого человека и утверждали некоторые универсальные ценно-

сти, служащие для позиционирования в научном пространстве антиковедческой школы Петербургского университета.

Список литературы

1. Ассман, А. Длинная тень прошлого: Мемориальная культура и историческая политика / пер. с нем. Б. Хлебникова. – М : Новое литературное обозрение, 2014. – 328 с.
2. Варнеке, Б. В. Старые филологи / Вступительная статья, подг. текста, публ. и комм. И. В. Тункиной // Вестник древней истории. – 2013. – № 2. – С. 123–124.
3. Жебелев, С. А. Столетие рождения Ф. Ф. Соколова / Публ. подг. И. В. Тункина и Э. Д. Фролов // Вестник древней истории. – 1993. – № 1. – С. 185–194.
4. Жебелев, С. А. Федор Федорович Соколов (1841 – 1909) [Некролог] / С. Жебелев. – СПб : Сенат. тип., 1909. Отд. оттиск. – 50 с.
5. Мазур, Л. Н. Образ прошлого: формирование исторической памяти // Известия Уральского федерального университета. Сер. 2, Гуманитарные науки. – 2013. – № 3 (117). – С. 243–256.
6. Репина, Л. П. Культурная память проблемы историописания (историографические заметки). – Препринт WP6/2003/07. – Москва: ГУ ВШЭ, 2003. – 44 с.
7. Ростовцев, Е. А. Столичный университет Российской империи: ученое сословие, общество и власть (вторая половина XIX – начало XX в.). – М : РОССПЭН, 2017. – 903 с.
8. Сборник статей в честь Федора Федоровича Соколова : От учеников. – СПб. : Сенат. тип., 1905. – 216 с.
9. Святославский, А. В. Среда обитания как среда памяти: к истории отечественной мемориальной культуры : специальность 24.00.01 «Теория и история культуры» : автореферат дис. ... д-ра культурологии. – М, 2011. – 53 с.
10. Сидоров, А. И. Отзвук настоящего: Историческая мысль в эпоху каролингского возрождения. – СПб : Издательский Центр «Гуманитарная Академия», 2006. – 352 с.
11. Толстой, И. И. Речь // Гермес. – 1916. – № 7 – 8. – С. 154–157.
12. Труды Ф. Ф. Соколова / Изд. подг. С. А. Жебелев и В. В. Латышев. – СПб : Тип. М. А. Александрова, 1910. – VIII, 672 с.
13. Фролов, Э. Д. Русская наука об античности : историографические очерки. – СПб : Изд. СПбГУ, 1999. – 544 с.
14. ΣΤΕΦΑΝΟΣ. Сборник статей в честь Федора Федоровича Соколова, профессора Императорского С.-Петербургского университета, к тридцатилетней годовщине его ученой деятельности : От учеников и слушателей. – СПб : Тип. И. Н. Скороходова, 1895. – 182 с.

Е. А. ЯКОВЛЕВА

Башкирский государственный педагогический университет
(Уфа, Россия)

**ГОРОДА ПОДОБНЫ РОМАНАМ: КАЖДАЯ УЛИЦА —
СТРАНИЦА, КАЖДОЕ ЗДАНИЕ — ГЛАВА**

**CITIES ARE LIKE NOVELS: EVERY STREET IS A PAGE,
EVERY BUILDING IS A CHAPTER**

Аннотация

В статье представлена оценка результатов изысканий по направлению лингвистическое градоведение, которое разрабатывается в Уфе, в том числе и с легкой руки профессора Л.А. Шкатовой с 90-х годов прошлого века. За это время была оформлена научная концепция изучения языка города в плане расширения парадигмы когнитивных, семиотических и лингвокультурологических исследований в трех направлениях: 1. Город как территория (урботекст / дискурс): лингво-культурно-семиотический аспект изучения городского текста и репрезентирующих его языковых единиц (семиотика города; эргонимы, годонимы, прагматонимы, гемеронимы, газетонимы и пр.). 2. Город как социокультурное пространство (креолизованные тексты, коммуникативные модели, специфика вариативного русского языка (Vernacular Russian), функционирующего в полиэтничном социуме, речевые жанры, динамический словарь молодежного сленга). 3. Город как «образ»: лингвокультурологическая картина города в плане отражения ее в языковом сознании горожан (смысловой потенциал топонима Уфа, мифотворчество, городской фольклор, дизайн городской среды и проч.).

Кроме того, в статье представлен анализ расширенного списка годонимов Уфы, отмечающей 450-летний юбилей. Отмечены основные модели годонимов, которые можно считать «универсальными»: описательные (географическое положение, экономический и профессиональный статус); мемориальные (история страны и города, события); символические (советизмы, идеологемы, эмоционально-субъективные оценки).

Abstract

The article presents the results of work in the field of linguistic urban studies, which began to be developed in Ufa thanks to Professor L.A. Shkatova about thirty years ago. During this time, the scientific concept of the city language study was formalised in terms of expanding the paradigm of cognitive, semiotic and linguocultural studies in three directions: 1. The city as a territory (urban text / discourse): linguistic-cultural-semiotic aspect of the urban text study and linguistic units representing it (semiotics of the city; ergonyms, hodonyms, pragmatonyms, gemeronyms, gazetonyms, etc.). 2. The city as a socio-cultural space (creolised texts, communicative models, specificity of Russian language (Vernacular Russian) functioning in a multi-ethnic society, speech genres, dynamic vocabulary of youth slang. 3. The city as an 'image': linguocultural picture of the city in terms of its reflection in the linguistic consciousness of citizens (semantic potential of the toponym Ufa, myth-making, urban folklore, urban environment design, etc.).

In addition, the article presents an analysis of the extended list of hodonyms of Ufa, celebrating its 450th anniversary. The main models of hodonyms that can be considered 'universal' are marked: descriptive (geographical location, economic and professional status); memorial (history of the country and city, events); symbolic (Sovietisms, ideologemes, emotional and subjective evaluations).

Ключевые слова: лингвистическое градоведение, *город как текст*, *город как коммуникатор*, *город как образ*; ономастика; урбонимия; годонимия.

Keywords: *linguistic urban studies*, *city as text*, *city as communicator*, *city as image*; *onomastics*; *urbanonymy*; *hodononymy*.

Как писал Д.С.Лихачев, «филология сближает человечество... Это высшая форма гуманитарного образования, она (филология) лежит в основе всей человеческой культуры. Филология есть связь всех связей, нужная всем, кто пользуется языком». Данные мудрые слова по праву следует отнести и к профессору, доктору филологических наук, Людмиле Александровне Шкатовой, Филологу от Бога, Заслуженному работнику высшей школы РФ, Отличнику народного просвещения, Действительному члену Петровской академии наук и искусств, основателю Челябинской терминологической школы и вузовской академической лаборатории межкультурной коммуникации. Мне посчастливилось познакомиться с ней в конце 80-х годов на одной из челябинских конференций, где я, терминолог и историк языка, еще «заразилась» и проблемами, которыми занималась Людмила Александровна. Среди ее приоритетных тем можно назвать и ономастиологию, и теорию и практику лексикографии, и речевое поведение, и межкультурную коммуникацию, и язык города, тему, ставшую для меня близкой. Эта научная филологическая дружба, не прерывавшаяся ни на один день, была отмечена также поддержкой моей докторской диссертации, которую профессор Шкатова оппонировала в 1998 году. Одна из моих статей была тогда посвящена годонимам Уфы, и мне бы хотелось в рамках данного сборника предложить расширенный вариант работы, поскольку за это время Уфа разрослась. Есть и еще одна причина: В 2024 году наша столица Уфа отмечает свой юбилей – 450 лет со дня основания [Аюпова, Исмагилова, Яковлева, 2010].

XXI век – это век городов. Город (градъ, πόλις, *urbs*, *town*, *city*, *stadt*, *miasto*, град, кала, шахр и пр.) представляет собой не только материализованно-вещественный объект, но и феномен духовной жизни общества на различных этапах развития, который концентрирует в себе его важнейшие ценности и идеалы. Не случайно слово город существует у всех цивилизованных народов, которые связывают его с определенным «местом» проживания социума, сакрализуя и мифологизируя данное понятие. Согласно исследованиям ЮНЕСКО, уровень урбанизации в одной трети стран уже сейчас составляет более 75%, а к 2050 г. он установится в половине государств. Всего в городах будет проживать две трети мирового населения – 66% [Urban population, 2018].

Понимание города как некоего автономного единства традиционно: издревле люди наделяли города не только собственными именами, но и индивидуальными характеристиками: Киев - мать городов русских, Москва златоглавая, вольный Новгород, Одесса-мама, Ростов-папа. Даже существовали своеобразные «дразнилки» городов - «Орел да Кромьы - первые воры» или поговорки, типа «Новгород Нижний – Москве сосед ближний». Интуитивно чувствуя «личностное начало» города, русский поэт и дипломат Ф.И.Тютчев создал в своих письмах и стихах яркие словесные «портреты» Праги, Варшавы, Москвы, Киева, Петербурга. По его утверждению, «дух (гений) места» реет над пространством городов, создает их живой облик, являя душу» [Тютчев, 2011]. Позже писатель и географ Н.Н. Михайлов, ввел понятие «образ места», для которого отбираются признаки по степени их важности - предметность, жизненность и др. - и «ставятся в причинную связь» [Михайлов, 1948]. Эту идею развил известный лингвист В.Н.Топоров, описавший феномен Петербурга и «Петербургского текста» [Топоров, 2003].

Город как таковой, если учитывать онтологический аспект, представляет «*фактор развития человеческой цивилизации*» (О.Шпенглер), концентрирует внутри себя целый спектр социо-культурно-экономических процессов и является коллективным субъектом коммуникации в режиме бесконечно длящегося диалога: «город – урботекст – коллективный горожанин» [Яковлева, 1996].

Для динамичного саморазвития города важны разные факторы - экономические (расширение пространства, приумножение ёмкости городского рынка, дифференциация труда); политические (включение города в урбанистическую систему страны, мира, повышение статуса: 8—9 июля 2015 в российском городе Уфа проходил VII саммит БРИКС); духовные, закрепляющие в сознании горожан его социокультурный феномен, его историческую оценку: вечный город, город Солнца, Город-герой, Город воинской славы, Город трудовой доблести, Умный город. Так, город-менеджер берет на себя функции управления всем социо- и лингвокультурным пространством, его организацию, он обеспечивает целостность городской инфраструктуры, выступая как особый способ коллективного бытия людей, информационный и интегрирующий центр внутреннего и внешнего общения, становясь активным субъектом экономической, политической, духовной жизни.

Уфа – судьбоносный город. Столица Республики Башкортостан, город-миллионник с динамично развивающейся экономикой, в этом году размахисто отмечает свой 450-летний юбилей. Сегодня в Уфе живет около 1млн. 200тыс. человек. Уникальный текст мегаполиса, сложного по расположению и структуре, характеризующийся поликультурностью с восточным колоритом (здесь проживают русские, башкиры, татары, чуваша, марийцы, латыши, немцы и многие другие народы), зарождался, сочинялся, начиная с 1574 год. Прекрасные строки Велимира Хлебникова вполне можно отнести и к жителям Уфы: «Ах, мусульмане те же русские, И русским может быть ислам. Милы глаза, немного узкие, Как чуть открытый ставень рам». Уфа привлекает жителей и гостей радушием, обширными возможностями для образования и культурного обогащения. Уфа – город, который любят уфимцы, шутливо называя «Три шурупа», в соответствии с башкирской орфографией (ӨФӨ), город, который продолжает жить и радовать своим потенциалом, продолжая формировать свой уникальный образ.

Как поликультурное пространство, Уфа является объединяющей константой одного из важнейших регионов России – Урала и, став объектом лингвистического градоведения, расширяет сферы данной инновационной науки. Например, в рамках единого урботекста: а) с помощью филологического анализа городского фольклора, динамичного словаря живой речи уфимцев (с элементами макаронизмов: Мин син яратам - 'я тебя люблю' -, приходи к воротам; б) их специфического речевого поведения, проявляющегося в диалогах разноязычных горожан (Махмут! Христос воскрес! - Вай молодец!); в) с изучением креолизованных текстов, внешней рекламы и т.п. исследуется взаимодействие разных народов на предмет выявления базовых национальных и городских символов [Яковлева, 2010, с.257-258].

Лингвистическое градоведение позволяет представить Уфу как особое социализированное (и мифологизированное) пространство, диктующее условия городского образа жизни не только всему социуму, но и отдельному горожанину. Лингвистическое градоведение активно развивается с 90-х годов XX века, еще раз упомянем незабвенную Л.А. Шкатову, то есть Уфимская школа успешно работает уже около 30 лет. За это время написаны десятки статей, состоялись защиты пяти диссертационных и более двадцати выпускных квалификационных работ, посвященных описанию языкового портрета Уфы. На сегодняшний день под руководством профессора Е.А. Яковлевой сформирована

концепция изучения языка города, которая предполагает расширение парадигмы филологических и лингвокультурологических исследований в следующих направлениях: 1. Город как территория. 2. Город как «образ». 3. Город как коммуникативная модель «город – урботекст – коллективный горожанин» [Ахметова, 2022; Емельянова, 2007; Исламова, 2009; Исмагилова, 2022; Файзуллина, 2010; Яковлева, 2019; Яковлева, 2020].

Изучая город как территорию, как пространство имеют в виду, прежде всего, его архитектуру, историю, культуру, предметно-вещественную зону (символику, сакральные и мифологизированные «локусы», «намоленные» памятники, транспорт, внешнюю рекламу и проч.). Здесь можно напомнить и об аристотелевском понимании пространства как места и вместилща разнообразных объектов, и о пространстве как порядке существования всего данного или являемого в чувственном восприятии (Лейбниц), и о пространстве как насквозь организованной реальности со своей собственной системой координат, как центре бытия. В таком пространстве, изменчивом и динамичном, представлены, к примеру, различные языковые единицы, в том числе годонимы, или названия улиц. По Н.В. Подольской, годоним — это вид топонима и урбонима, или «название городского объекта, характеризующегося линейной протяженностью». Текстуально-пространственный подход к толкованию годонимов получил свое фундаментальное обоснование в рамках различных областей лингвистики, герменевтики, семиотики, культурологии, психологии. Они становятся теми устойчивыми знаками, которые несут в себе огромный массив информации и входят в ассоциативно-вербальную сеть коллективного уфимца, формируя его картину мира.

Что же любопытного мы узнаем, изучая имена улиц Уфы? Прежде всего, хотелось бы обратиться к самому слову «улица», какова его этимология? Оказывается, это слово имеет общеславянское происхождение. Оно является суффиксальным образованием от древнего слова «ула», которое изначально употреблялось в значении «дыра», а затем трансформировалось в «ворота», «проход», «место между домами». Семантика же слова, представленная в русских словарях, такова: «Улица (сокращённо – Ул., ул.) – мощёная дорога внутри населённого пункта (не во всех), один из основных элементов городской инфраструктуры». К той или иной улице привязываются и нумеруются городские постройки (дома), поэтому существует чётная и нечётная сторона улицы. Интересно также привести синонимический ряд к слову улица: аллея, авеню, бульвар, линия, набережная, тракт, тупик, шоссе, переулок, проспект, проезд, разъезд и др.

С чего же начиналась летопись нашей Уфы? Вспомним еще один афоризм: «Городские пейзажи подобны холстам, написанным мазками человеческих усилий». Основу будущего города первоначально составлял «кремль», или «крепость», строителем и основателем какового считается царский воевода Михаил Александрович Нагой.

Уфимская крепость занимала южную оконечность высокого мыса на правом берегу реки Сутолоки (сегодня не существующей), при впадении ее в реку Белую. Стены были сооружены из поставленных вертикально огромных дубовых бревен, поэтому башкиры сначала Уфу называли Имэн кала (Дубовая крепость или Дубовый город). Постоянное население города в первой половине XVII века было небольшим. Некоторое представление о размерах города дает Переписная книга Уфы 1647 года, в которой учтено всего 66 дворов.

Старинные имена городского ландшафта можно восстановить, лишь обратившись к архивным материалам. Многие из них своего рода «сценарии», шифрующие историю города: кто в нем жил? откуда пришел? куда мог двигаться? каким богам молился? чем занимался? [Узиков, 2007].

В старой Уфе, со своим «гением места», «сакрально» расположившейся на семи холмах и обвиваемой водами трех рек (Белой, Уфимки, Дёмы), к 70-м годам XVII века официально фигурировали названия 9 улиц, в конце XVIII – 32, в XIX, согласно «Плану города Уфы 1897 года» и другим архивным материалам, улиц было 177. Уфа росла, и уже в 60-70 гг. XX в. в ней насчитывалось более 500 улиц, а в справочнике 1996 года – их уже 1004. По официальному состоянию на 2008 год в Уфе зарегистрировано 1237 улиц, их общая протяженность 1475,2 км. Общая длина дорожной сети — 1481 км, из них 1353 км — с усовершенствованным покрытием. Средняя длина улиц — 800 метров. Последние данные фиксируют 1388 улиц, проспектов, площадей, проездов, переулков и др. [Список улиц г. Уфы, 2024]. Интересно отметить, что обустройство улиц города не всегда отвечает требованиям уфимцев, которые в принципе любят подчеркнуть этот факт: «Уфа – чертова чернильница», «Кто в Уфе не бывал, тот и грязи не видал»

За 450 лет утекло много воды трех наших рек, и, разумеется, социокультурные изменения не могли не отразиться на городских названиях, причем старинная урбонимика Уфы к нашему времени почти полностью разрушена. Исчезли: Посадская, Кожевнная, Кишечная, Большая Московская, Большая Казанская, Большая Сибирская, Ильинская, Сергиевская. Сохранились буквально 10-20 наименований: Козарез, *Казачий переулок*, *Усольская*, *Малая* и *Большая Шерстомойная*, Верхнеторговая площадь и некоторые другие.

До XIX века строительство в городе шло стихийно, без единого плана. В связи с этим по утвержденному в 1803 году рескрипту предполагалось перенести город на сравнительно ровную и сухую местность, предусматривалось расширение территории от улицы Телеграфной (ныне Цюрупы) до улицы Никольской (ныне улица Мажита Гафури) и от реки Белой до улицы Богородской (ныне улица Революционная).

Как видим, число улиц увеличивалось, и модели построения топонимов, с одной стороны, сохранились, но, с другой – претерпели определенные изменения. К типичным семантическим моделям, по которым топонимы формируются в настоящее время (и не только в Уфе, но и в других городах), можно отнести дескриптивные (описывающие), мемориальные, идеологические, «профессиональные, образные и др. Например, отмечающие: 1) географическое положение города и его социально-экономический статус; 2) локальные топонимы или различного рода строения, расположенные в данном месте; 3) профессии жителей; 4) имена знаменитых уфимцев всех социальных рангов; 5) исторические события, произошедшие в России (и мире) и в самом городе, 6) мифологические, субъективные оценки жителей и др. [Качалкова, 2013.; Орлова, 2002; Шмелева, 2007; Юе Цюй, 2021].

В дореволюционной Уфе, например, по таким моделям были названы улицы Аксаковская, Александровская (в честь посещения Уфы императором Александром I), Блохинская, *Богородицкая*, *Большая Вавиловская*, *Воскресенская*, *Губернаторская*, *Каретная*, *Лазаретная*, *Новомостовая*, *Солдатская*, *Томская*, *Трастовая*.

После 1917 года большинство уфимских старых улиц меняли (а некоторые и не один раз) свои имена: Тюремная стала улицей Достоевского, Жандармская - Крупской, Большая Вавиловская - Пушкина, Сергиевская и Санитарная - Менделеева, Никольская - Гафури. Многие улицы переименовывались даже по нескольку раз: бывшие Большая и Верхняя Ильинка (по названию храма) вначале стали улицей Бухарина, а затем – Фрунзе и, в настоящее время, Заки Валиди; из Базилевской и Лазаретной образовали Центральную, затем улицу Ленина. Одна из старейших улиц - Октябрьской революции начала формироваться еще в XVIII веке. Сначала она называлась Малой Репной в честь Малой Репной слободы, где предположительно выращивали главную крестьянскую и

городскую еду – репу. Затем улицу переименовали в Большую Казанскую, так как с нее начиналась дорога в Казань. И уже в советское время было узаконено современное название. Большая Репная (в честь Большой Репной слободы) стала Сибирской, а сегодня это улица Мингажева. Такой же процесс «переобувания» случился и с современной (с 1961 г.) Коммунистической: сначала это была – Кладбищенская, или Старо-Кладбищенская, которая плавно переходила в Сенную, потом – Большая Успенская. С 1918 до 1937 года – это улица Егора Сазонова, с 1937 по 1961 годы – улица Сталина. Интересна и история с улицей Карла Маркса, так она именуется с 1918 года, а до этого на ее месте были четыре улицы, переходящие одна в другую: Александровская, Семинарская, Ярмарочная, Казачья дорога (спуск к вокзалу). В уфимском молодежном жаргоне существовал мем: «Давай прогуляемся от Бороды (Карла Маркса) до Лысины (Ленина)». Четырежды до 1928 года изменяла годоним улица Цюрупы: Больничная, Губернаторская, Телеграфная, Подбельского. Но еще больше – пять раз! – трансформировалось название улицы Театральной: Соборная, Троицкая, Яналиф, *Героев-Седовцев*, *Гашика*.

Лингво-культурно-семиотический анализ годонимов Уфы позволяет узнать многие «секреты» из биографии города, расширить наши знания о нем. Итак, пройдемся по годонимической анкете нашей столицы, по бесконечным маршрутам, по «сети путей следования», которые «каждодневыми хождениями взад и вперед люди ткнут вокруг главных осей города». Итак, анализ огромного языкового материала позволил выделить следующие группы годонимов, связанных с «топонимическим имиджем» столицы и отображающих:

1. Географическое положение: а) о «приречном» и вообще «приводном» расположении говорят улицы, воспроизводящие гидронимы: Ак-Идель, Аму-Дарьинская, Байкальская, Белореченская, Волжская, Демская, Енисейская, Заливной переулок, Иртышская, Малая Заречная, Неманская, Сутолока, Черноморская; б) «нагорную» дислокацию выдают названия, отражающие различные элементы горного рельефа: Аульская Верхняя, Высотная, Горная, Косогорная, Крутой переулок, Малая Обрывная, Нижняя Делегатская, Низинная, Янгантау; в) о месте на карте России (и СССР) сообщают годонимы, отражающие названия близлежащих и отдаленных республик и областей: Армянская, Грузинская, Кишиневская, Курганская, Ленинградская, Новгородская, Новосибирская, Омская, Оренбургская Малая, Пермская, Ростовская, Рязанская, Таймырская, Ташкентская, Ферганская.

2. Статус Уфы, как промышленной столицы Башкортостана и города-«миллионника», отмечен в названиях улиц, связанных: а) с городами такого же уровня: Алма-атинская, Большая Московская, Владивостокская, Киевская, Минская, Пензенская, Рижская, Самаркандская, Саратовская, Тбилисская, Таллинская; б) с названиями от местных топонимов: Акъярская, Бирский тракт, Зилаирская, Калтасинская, Кармаскалинская, Мелеузская, Миньярская, Стерлибашевская, Тимашевская, Учалинская, Юматовская, Янаульская; в) с индустриальными объектами, значимыми зданиями и памятниками, территориально расположенными или прилегающими к улице: Авторемонтная, Аэродромная 2-я, Водопроводная, Гаражная, Госпитальная, Дёповская, Деревенская, Железнодорожный переулок, Заводская, Искры, Карьерная, Кирзаводская, Лесопарковый проезд, Лесотехникума, Малая Лесозаводская, Привокзальная площадь, Причальная, Светофорный переулок, Соборная, Стадионная, Театральная, Трамвайная, Учхоз, Элеваторная, Электровозная.

3. История страны и города отражена в мемориальных названиях, связанных: а) с восстаниями, битвами за Отечество и символами знаковых событий: *Декабристов*,

Краснодонская, Кронштадская, Куликовская, Оборонный переулок, Перекопская, Победы аллея, Славы аллея, Чудская; б) с именами полководцев, героев: *Александра Невского, Адмирала Ушакова, Ватутина, Ветошникова, Генерала Кусимова, Генерала Шаймуратова, Дмитрия Донского, Зорге, Кутузова, Маршала Жукова, Матросова, Минина, Мусы Гареева, Пожарского, Пугачевская, Салавата Юлаева, Степана Разина, Суворова, Черняховского;* в) с военными формированиями: Батырская, Башкирской кавдивизии, Богатырская, Гвардейская, Героев войны, Защитников Отечества, Зенитная, Казачий переулок, Красноармейская, Летчиков, Оборонная, Партизанская, Пилотская, Стрелецкая, Флотская Малая, им. Фронтовых Бригад; г) с событиями и символами, значимыми в разные исторические времена: Авроры, 9 января. В наши дни предложен еще один значимый годоним – улица Солдатских матерей.

4. События и имена в стране и мире времен СССР (1917 - 1989 гг.), так как с советизмами в стране связан самый большой массив российских годонимов, в которых отражены: а) имена партийных деятелей, вождей и революционеров «всех времен и народов»: Блюхера, Братьев Кадомцевых, Зенцова, Ильича, Карла Либкнехта, Кирова площадь, Ленина, Марата, Сун Ят Сена, Тельмана, Худайбердина, Шафиева, *Якутова;* б) идеологически значимые даты, события и праздники: улица Восемнадцатого Партсъезда, Олимпийская, Парижской Коммуны, Первомайская, Победы, 40 лет Октября, Пятьдесят лет СССР, Октябрьской Революции, Фестивальная; в) идеологемы: улицы Большевицкая, Искры, Коммунаров, Коммунистическая, Конституции, Народная, Округа Галле (в честь округа-побратима из бывшей ГДР), Октября проспект, Революционная, Республиканская Большая, Советская (всего на территории наших городов их 151), *Социалистическая.*

5. Профессиональная специализация города: улицы Авиамоторная, Агрономическая, Бортническая, Бондарная, Водников, Геофизиков, Заводская, Испытателей, Кооперативная, Машиностроительная, Металлистов, Моторная, Охотников, Первопроходцев, Производственная, Рабкоров, Рабочая, Рыбацкая, Рыбинская (во время войны из Рыбинска в Уфу был эвакуирован моторостроительный завод), Связи, Учительская, Фермерская, свх Цветы Башкирии, Шерстомойная Малая, Электрификации, Энергетиков.

6. Культурные ориентиры жителей: Частые персоналии, отмеченные в годонимах регионов России, в том числе и в Уфе, – это писатели, ученые, архитекторы, художники, композиторы, музыканты, актеры, врачи, известные в мире, стране и в республике: а) улицы, названные в честь писателей: Аксакова, Гафури, Даут Юлтыя, *Льва Толстого, Максима Горького, Маяковского, Мустая Карима, Пушкина, Степана Злобина, Тукаева, Хадии Давлетишиной, Шота Руставели, Якуба Колоса;* б) художников: Андрея Рублева, Бориса Домашникова, Давлеткильдеева, *Нестерова,* Репина, Тюлькина бульвар, *Шишкина;* в) музыкантов: улицы Ахметова, Глинки, Загира Исмагилова, Чайковского; актеров: улицы Вахтангова, Ермоловой, Рудольфа Нуреева, Станиславского, Мубарякова, *Файзи Гаскарова;* ученых: улицы Академика Королева, Академика Ураксина, Губкина, Джалиля Киекбаева, *Зелинского, Ломоносова, Менделеева, Мечникова, Семашко, Тимирязева, Филатова, Цулукидзе.*

7. Космическая тема нашла свое отражение в названиях: улицы Юрия Гагарина, Комарова, Звездная, Космонавтов, Циолковского.

8. Малочисленная часть годонимов, передающих поэтический образ города, носят в основном «естественный характер». То есть жители называли улицу так, как было удобно для всех, чтобы ее опознать и отличить от близлежащих. В этом родном названии

зачастую обнаруживалось и творческое начало номинантов. Годонимы: а) от названия зеленых насаждений: Березовая, Дубрава, Зеленая, Ивовая, Ландышевый переулок, Лесная, Ольховая, Садовая, Цветочная, Черемуховая, Яблонева; б) от особенностей конкретной местности или ландшафта - Болотная, Каскадная, Луговая, Новогорный переулок, Обрывная, Пойменная, Полевая, Ручейная, Террасная; в) от географического положения - улицы Восточная, Западная, Заречная, Крайняя, Левобережная, Правая Белая, Крайняя, Приозерная, Северная, Соединительное шоссе, Угловая, Центральная, Южная; г) от пространственной протяженности, формы – *6 км разъезд*, Кольцевая, Короткая, Линейная, Окружной переулок, Окольная, Проломная, Прямая; д) от размера - улицы с добавлением прилагательных Малая (Мичурина Малая), Средняя (Тракторная Средняя), Большая (Московские Малая и Большая); е) от характерных особенностей, субъективных впечатлений: Веселая, Журавлиная, Зеркальная, Ладный переулок, Лебединая, Листопадная, Лучистая, Поэтическая, Рассветная, Рубиновая, Самоцветная, Сказочная, Солнечная, Соловьиная, Тихий Проезд, Уютный переулок.

Итак, наши изыскания подтвердили идеи ученых о том, что «урбанонимом должен быть: а) системным: вписываться в стабильную систему других урбанонимов; б) традиционным (построен по традиционным моделям); в) консервативным (неизменным в течение длительного времени, чтобы горожане могли его освоить); г) адаптированным (соотнесенным с историей, культурой, общественно-политическим строем), однозначным». Переходя от анализа понятия «город» в сторону «мегаполиса», отметим, что лингвистическое градоведение расширяет возможности антропологического языкознания, связывая человека со средой обитания и обращая внимание исследователя на различные аспекты филологических и смежных гуманитарных знаний: от когнитивной лингвистики (город как концепт), философских изысканий на онтологические темы, интерпретации городского дизайна в молодежном сленге, от анализа информационной избыточности городского пространства, до исследования сетевых коммуникативных процессов, символики рекламы, логотипа города и даже названия конкретной улицы (например, уфимской улицы Заки Валиди). Все это позволяет обнаружить принципиальные для нашего времени нравственные и культурные значимости эпохи, «просвещающие» через прямые значения слова-имени [Васильева, 2024; Голомидова, 2023; Качалкова, 2019; Разумов, Горяев, 2020].

Список литературы

1. Аюпова, Л. Л. Язык города как социолингвистическая проблема / Л. Л. Аюпова, Н. В. Исмагилова, Е. А. Яковлева // Проблемы номинации и речевой коммуникации в профессиональной среде / под ред. Е.Н. Головановой. – Челябинск, 2010. – С. 59–69.
2. Ахметова, А. Р. Актуализация смыслового потенциала топонима Уфа в полидискурсивном пространстве города»: специальность 10.02.19 «Теория языка»: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Уфа, 2022. – 24 с.
3. Баранова, Л. А. Виды стилизации: специальность 10.02.19 «Теория языка»: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М, 1999. – 19 с.
4. Васильева, К. В. Дизайн городской среды в молодежной сленговой интерпретации : лингвоаксиологический и лексикографический аспекты // Научный диалог. — 2024. — Т. 13. — № 4. — С. 32–50.
5. Голомидова, М. В. Отражение территориальной идентичности в топонимическом ландшафте малых городов Урала // Вопросы ономастики. – 2023. – Т. 20. – № 2. – С. 144—173.

6. Емельянова, А. М. Эргонимы в лингвистическом ландшафте полиэтнического города (на примере названий деловых, коммерческих, культурных, спортивных объектов г. Уфы): специальность 10.02.01 «Русский язык»: автореф. дис. ... канд. филол. н. – Уфа, 2007. – 24 с.
7. Исламова, И. Ф. Уличное объявление как речевой жанр: на примере уличных объявлений города Уфы: специальность 10.02.01 «Русский язык»: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Уфа, 2009. – 31 с.
8. Исмагилова, А. Ф. Креолизованный рекламный текст как семиотическое отражение поликультурного города (на примере г. Уфы) : специальность 10.02.19 «Теория языка»: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Уфа, 2022. – 24 с.
9. Качалкова, Ю. А. Урбанонимическое пространство современного Екатеринбурга // Вопросы ономастики. – 2013. – № 1. – С. 88–104.
10. Качалкова, Ю. А. «Идеологические» урбанонимы и переименование городских объектов // Вопросы ономастики. – 2019. – № 16 (3). – С. 179–192.
11. Михайлов, Н. Н. Образ места // Вопросы географии. – М., 1948. – С. 193–198.
12. Орлова, Е. О. Картина мира в названиях улиц Великого Новгорода. – Великий Новгород, 2002. – 76 с.
13. Разумов, Р. В. Трансляция региональной идентичности в урбанонимии российских городов: современное состояние / Р. В. Разумов, С. О. Горяев // Вопросы ономастики. – 2020. – Т. 17. – № 2. – С. 201–219.
14. Список улиц. – https://city-address.ru/region-2_ufa/all-street/ (дата обращения 01.08.2024).
15. Топоров, В. Н. Петербургский текст русской литературы: избранные труды. – СПб. : Искусство, 2003. – 321 с.
16. Узиков, Ю. А. Уфимских улиц имена. – Уфа : Уфимский полиграфкомбинат, 2007. – 320 с.
17. Файзуллина, И. И. Ономастическое поле прагматонимов современного русского языка (на примере Уфы): специальность 10.02.01 «Русский язык» : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Уфа, 2009. – 27 с.
18. Шмелева, Т. В. Ономастический ландшафт Великого Новгорода // Новгородика – 2006: Материалы науч. конф. 20–22 сент. 2006 г. – Великий Новгород, 2007. Ч. I. – С. 132–140.
19. Юе Цюй. Московские годонимы: способы представления лингвокультурной информации в топонимической базе данных обучающего типа // Полилингвильность и транскультурные практики. 2021. – Т. 18. – № 3. – С. 301–309.
20. Яковлева, Е. А. «Город» – «Урботекст» – «Коллективный горожанин»: к проблеме составления коммуникативной модели // Вестник Башкирского университета. – 1996. – № 2. – С. 78–83.
21. Яковлева, Е. А. Тюркизмы как средство повышения экспрессивности (на примере городской русской речи Уфы) // Актуальные проблемы языков народов России : материалы X региональной конференции (Уфа, 21-23 сентября 2010 г.). – Уфа. – 2010. – С. 257–258.
22. Яковлева, Е. А. Лингвистическое градоведение: достижения, проблемы, перспективы (на примере исследования языка полиэтничной Уфы) // Российский гуманитарный журнал. – 2019. – Т. 8. – № 6. – С. 419–434.

23. Яковлева, Е. А. Живая речь «коллективного уфимца»: опыт динамического словаря // Лексикографические штудии: международная коллективная монография. – Вып. 4. – М. : Издательство Московского университета. – 2020. – С. 304–349.

24. Urban population // The World Bank. 2018 // URL: <https://data.worldbank.org/indicator/SP.URB.TOTL.in.zs>

CHENHUAN

Blagoveshchensk State Pedagogical University
Blagoveshchensk, Russia

THE CULTIVATION OF ENGLISH READING ABILITY OF PRIMARY SCHOOL STUDENTS

Abstract

This article emphasizes the significance of cultivating primary school students' English reading ability. It highlights that a person's English reading ability determines the absorption of useful information. It discusses the theoretical bases, including the "English Curriculum Standards", Cognitive Psychology School, "effective learning theory", and the importance of primary school English education. The significance of this cultivation is explored in terms of promoting students' sense of success, increasing vocabulary, and advancing listening, speaking, and writing skills. Ways to enhance students' reading ability are also presented, such as clarifying the purpose of reading, helping overcome difficulties and form good habits, carefully selecting materials, and training reading skills.

Keywords: *reading ability, reading interest, reading habits, evaluation.*

Today, with the rapid progress of knowledge and rapid progress of information, an international language that carries and transmits information in English is receiving more and more attention. The level of a person's English reading ability often determines the quantity and quality of useful information he absorbs. Therefore, it is of great significance to cultivate students' English reading ability from an early age.

The essence of language is communication, which is not only the purpose of language learning, but also the way of language acquisition. Therefore, the English communication teaching method has been widely valued and used by English teachers. Many teachers often focus on the cultivation of listening and speaking skills. Correspondingly, students' oral skills have been greatly improved, and the cultivation of reading ability has been ignored. We also slowly find students' reading ability and understanding through ordinary tests. The ability has been reduced, which is not conducive to the development of students' lifelong learning. For this reason, it is particularly important to cultivate students' reading ability on the basis of listening and speaking. From the primary school stage, teachers should consciously cultivate students' good English reading habits and abilities.

I. Theoretical basis

(1) The "English Curriculum Standards" describes the task of English courses as follows: "Stimulate and cultivate students' interest in learning English, so that students can establish self-confidence, develop good learning habits and form effective learning strategies, and develop independent learning ability and cooperative spirit." [Ministry of Education of the People's

Republic of China, 2022, с.18] Therefore, students continue to explore in English reading, but it has little effect on English reading, which makes some students lose the confidence and courage to continue learning English and have a fear of English reading. It is necessary to make students have a strong interest in English reading, obtain effective learning strategies, and enhance students' self-confidence in learning English.

(2) The School of Cognitive Psychology believes: "Students' knowledge background, way of thinking, emotional experience and expression are often completely different from that of adults, so it is very normal for them to have various manifestations in the learning process." [Margaret.Mattlin, 2016, с.112] It is particularly important to guide students to understand Western culture, combine personal reading experience and wisdom in practice, and internalize English learning into a part of thinking.

(3) The "effective learning theory" believes that effective learning should be in three aspects, effective, efficient and effective. How to be efficient in English reading teaching mainly depends on students' good learning attitude and habits, so as to take the initiative to learn independently, which is also the main content of the new curriculum. The efficiency of learning comes from independent learning, which requires students to accept English learning with an optimistic and positive attitude. Learning is an experience process. Only through personal experience, continuous exploration and continuous internalization, and continuous reflection can students differentiate and combine the knowledge they have learned, so as to put the effectiveness of learning under personal monitoring, and actively build their own cognition, emotions and will, and finally form effective learning. In the process of teaching, cultivate students' independence and autonomy, guide students to question, investigate and explore, and learn in practice, so as to change the current situation of excessive reliance on textbooks, rote memorizing and mechanical training in the teaching process, and cultivate students' ability to collect and process information, acquire new knowledge, analyze and solve problems. Ability and the ability of communication and cooperation, "teaching is for the purpose of not teaching" is the main goal of teaching and the highest level of teaching. [Ulrich Bozer, 2018, с.68]

(4) Primary school English education is the enlightenment stage of the whole English education, which has important and far-reaching significance for the development of students. Therefore, the strategic research to cultivate English reading ability in primary schools is particularly important for the lifelong development of students. [Xiao Zhuomin, 2018, с.149]

II. The significance of cultivating primary school students' reading ability

1. Reading can promote students to have a great sense of success.

Interest is the best teacher for students to learn and the real motivation to promote learning. If primary school students can read some simple English jokes, poems, fairy tales and other interesting textbooks, they will have a great sense of success in their hearts. This sense of success will multiply their interest in learning English and further enhance their self-confidence. As a result, their motivation for learning English is greatly stimulated, they love to learn English more, and are willing to take the initiative to learn English.

2. Reading can increase students' vocabulary.

In primary school, vocabulary is the focus and difficulty for primary school students' learning. If there is no vocabulary as the foundation, there is no way for students to learn phonetics and grammar, and students' English knowledge is quite limited. We can find that most students with difficulties do not want to spend more time memorizing words, or they can't remember words more firmly. Simple word memory will make them feel boring and difficult to remember. In the long run, they have become afraid of memorizing words, and even gradually lose interest in learning English. For this reason, we should help students pass the level of words. One way is to carry out reading activities, so that students can have more time to contact

more language materials. At the same time, put strange words in the stories that students like, and students will be more willing to learn and easier to remember.

3. Reading can promote the development of students' listening, speaking and writing skills.

Reading is the skill of understanding and absorption through language activities, and listening is the absorption and understanding of language.

The communication ability of material information, the skills of speaking and writing through language activities, and the relationship between the four is very close. Through reading, students improve their own English input on the basis of expanding their vocabulary. In turn, this will increase students' vocabulary and encourage students to accumulate a large number of useful sentence patterns and expressions, thus promoting the improvement of students' listening, speaking and writing skills. At the same time, it can also cultivate students' thinking ability, analytical ability and understanding ability, and effectively improve students' language ability.

I. Clarify the purpose of reading

First of all, students should know that there are a large number of English speakers in the world. English is an important tool for learning cultural and scientific knowledge, obtaining information from all aspects of the world, and conducting international exchanges.

Secondly, students should understand the use of learning English well, so that learning English well is a requirement of the times and one of the qualities that modern people should have, and further clarify that a lot of reading is a very important way to learn English well.

2. Help students overcome learning difficulties and cultivate good reading habits. English is a new language for primary school students. At first, it may be easy for students to be interested because the content is simple. But since it is a new thing, students will inevitably encounter problems. And with the increase of the length of the textbook, the expansion of vocabulary and the increase of difficulty, students' interest may be lost. At this time, the encouragement, guidance and help of teachers are very important. For example, on the basis of word recognition, gradually improve students' ability to understand words, introduce reading methods, and pay attention to stimulating students' interest and cultivating students' self-confidence. At the same time, it is necessary to cultivate good reading habits. First of all, we should develop silent reading habits, focus on text symbols, and correct slow reading, voice reading and other practices, so as not to distract attention and affect the reading speed.

3. Carefully select and read materials

The difficulty of reading materials should be moderate, which is in line with the actual English level and age characteristics of primary school students. We can write and collect small English stories, short essays, etc. based on the knowledge learned in the textbook. Because it is a primary school student, the material content should be vivid and interesting to stimulate the interest of primary school students in reading. The materials can choose familiar fairy tales, daily life scenarios, introductions to the life culture of various countries in various regions, etc.

4. Train reading skills and improve reading speed

For primary school students, mastering certain reading skills has a great effect on maintaining their interest in reading and improving their reading ability.

In the process of English reading, different reading tasks use different strategies and skills:

(1) Guess reading, that is, when reading, do not pause to look up the dictionary because of encountering individual new words, but quickly guess and judge the meaning of a word through context or word formation method, and do not interrupt the reading process, so as to understand the content of the article faster and improve the reading speed. (2) Skim reading, that is, do not read word for word from beginning to end, but use a jumping reading method.

In the process of reading, you should be good at grasping the key words and topic sentences in the article, and do not entangle certain details, but affect the general idea of the full text. (3)

Scan, that is, in the process of browsing the full text, consciously and purposefully and quickly get the required information or find the required details, and pass through the irrelevant content. (4) Understanding reading, that is, to understand the surface meaning and deep meaning of words, sentences and articles in reading, and pay attention to the reading and understanding of the title, topic sentence, beginning or end of the paragraph.

“Freezing three feet is not the cold of a day” is a gradual and complex process to cultivate students’ reading ability. Interest is the motivation. By cultivating students’ interest in reading, giving guidance on reading skills, cultivating students to form good reading habits, and understanding more about the cultural background of English-speaking countries, students’ reading comprehension ability will be gradually improved.

List of literature

1. Margaret. Mattlin. Cognitive Psychology: Theory, Research, and Application, China Machine Press, 2016: 112.
2. Ministry of Education of the People’s Republic of China, English Curriculum Standards, 2022, p.18
3. Ulrich Bozer, Effective Learning, 2018, p. 68
4. Xiao Zhuomin. Exploration of Strategies for Cultivating Students’ Core Literacy in Primary School English Reading Teaching [J]. English Teacher, 2018 : 149

TIAN JIALIANG

Blagoveshchensk State Pedagogical University
(Blagoveshchensk, Russia)

A STUDY OF THE TPRS PEDAGOGY TO PROMOTE THE QUALITY OF IMMIGRANT EDUCATION

Abstracts

With the acceleration of globalization, many families choose to immigrate to other countries to live. The migration of families is accompanied by the migration of children’s education. Education is important, no matter which country you are in, but the immigrant community faces many opportunities and challenges in the new country itself.

This article mainly explores the challenges faced by immigrant education, as well as strategies for addressing these issues, and explores a teaching method that can improve the quality of education for immigrant children. Through research, we found that the TPRS teaching method, which emerged in the 1960s, was first applied to English education for immigrant children in the United States. We found that TPRS can promote the quality of immigrant education in this field. This approach not only helps students to cross the language barrier, but also builds a bridge between them and their new environment on a spiritual level.

Keywords: *TPRS methodology; immigrant education; language acquisition; cultural adaptation; social interaction.*

I. Introduction

TPR foreign language teaching method was created by James Asher in the 1960’s [Asher, J. 2007, p.3], and was first used for children who immigrated to the U.S.A. TPR method builds

a connection with language through physical movement. TPRS method is a derivative of TPR, which was proposed by Blaine Ray, a Spanish teacher in the U.S.A., in 1990. TPR is based on storytelling to improve reading skills and address non-motorized vocabulary. We often present the most basic and common words and phrases in TPRS teaching methods through storytelling, dialogue, and other forms. This process makes it easier for students to absorb and master the knowledge conveyed, and through repeated practice, ultimately achieves the effect of flexible application [Ray, B., & Seely, C. 1998, p. 230]. TPRS teaching methods are vivid, lively, and can be output in context, so rich teaching forms can help students maintain their interest in learning, and repeated practice can help students maintain good memory. Research has found that TPRS method is more suitable for English education of immigrant students, as it plays a good role in increasing classroom interaction, enhancing learners' interest, strengthening memory, and improving reading skills. [Brown, H. D. 1994, p. 416].

At present, there are few attempts to study the TPRS teaching method in China, and it is far from being widely promoted and utilized. There is a lack of research works on TPRS teaching method in China, and the relevant data mainly come from Chinese as a Foreign Language teachers with overseas experience and some visiting scholars. Based on the literature method, the author proposes and carries out this thesis research.

2. Current situation and challenges of migrant education

On the vast stage of globalization, the phenomenon of family migration is becoming increasingly frequent, driving the continuous expansion of immigrant children. These children carry the earnest expectations of their parents and have entered a brand new country, hoping to find richer educational resources and broader opportunities for growth there. In the vast immigrant community, they need to survive and live, which brings with it many challenges such as cultural differences, educational system differences, language communication barriers, social customs, etc., all of which require the immigrant community to constantly adapt and find a balance point.

For this paper, we aim to investigate and address the issue of differences in the education system for immigrant education. We need to find appropriate teaching methods to promote the quality of immigrant education. Because the issue of immigration education is not only related to a family, effective teaching methods can improve the integration of immigrant children into the target language, understand knowledge, promote cultural exchange and progress.

3. TPRS and Migrant Education Teaching and Learning

In exploring how the TPRS (Total Physical Response Plus Storytelling) teaching method can effectively improve the quality of immigrant education, we can elaborate on its teaching links [Ran Luhan, 2018, p.6] and its specific applications and advantages in immigrant education from the following three aspects:

(1). Precise Vocabulary Introduction: Laying a Solid Foundation for Language Learning

At this stage, teachers will select a small number of precise key vocabulary as new vocabulary imports. Let students first maintain their enthusiasm for learning. Teachers will focus on explaining these vocabulary words, and through continuous repetition and diverse forms of practice, enhance students' confidence and motivation in learning, maintain their enthusiasm and interest in learning, continuously strengthen their memory of new words, and lay a solid foundation for the next stage.

(2). Storytelling: Integrating Cultural Integration and Language Practice

This stage is the most core and distinctive stage of TRPS teaching. We use storytelling to incorporate explanations of unfamiliar words. During this process, students' focus will be very concentrated. By using storytelling techniques, students can maintain their enthusiasm for learning. While listening to the story, the teacher continuously repeats and demonstrates the

vocabulary that needs to be explained in the first stage, and requires students to participate in effective interactive activities. Students learn knowledge through play.

This storytelling teaching method is of great help in improving students' oral and listening abilities. In terms of psychology, it reduces the anxiety of immigrant students in learning, while ensuring their interest in learning, it also promotes their integration and understanding of the target language.

(3). Multi-dimensional Reading: Consolidating and Expanding Learning Achievements

The third session is reading, first of all, when we do the reading task, its content must cover the new vocabulary heard in the first and second sessions, and many kinds of reading activities are used in this session. The first one is the most common type of classroom reading. Teachers usually divide the time for students to read in each TPRS session. Teachers usually start the classroom reading by reading the story or a part of the story aloud and then asking students to translate it into their mother tongue. Since students have already dealt with the structure of the language in the first and the second sessions, they can usually translate the general content; the second is free voluntary reading where students are free to choose any book about the vocabulary they are learning, and students are free to read voluntarily either in the classroom or at home; the third is shared reading where the teacher reads aloud to the students, and also shows them pictures and asks them questions at the same time which usually makes the story easy to comprehend; and the fourth is homework reading, which, as the name suggests, is specific reading material that is assigned to all the students for homework. The fourth is homework reading, which, as the name suggests, is a specific reading material assigned to all students for homework. Therefore, the TPRS method is very suitable for teaching migrant education, allowing students to further deepen their memorization, helping to achieve long-lasting retention of English expressions, and at the same time improving students' reading skills.

4. Conclusion

The particularity of immigration education determines that TPRS teaching method is currently a more suitable teaching method for immigration education, and the application of this method is a new attempt. [Rossiter, M. 2002, p.9]. It has opened up a new world of teaching methods for immigration education, and more and more teaching methods suitable for immigration education will emerge in the future. It is hoped that the quality of immigration education can be continuously improved through effective teaching models, bringing new opportunities to the education of the entire society.

References

1. Asher, J. How to apply TPRS for best results. Retrieved November 26, 2007, from <http://www.tpr-world.com/tpr-storytelling.html>
2. Ray, B., & Seely, C. Fluency through TPR storytelling. Berkeley, CA: Command Performance Language Institute.
3. Brown, H. D. Teaching by principles: An interactive approach to language pedagogy. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall Regents.
4. Ran Luhan. Research on the application of TPRS teaching method in Chinese language classrooms in American middle schools--Taking Detroit Middle School as an example [D]. Wuhan : Huazhong University of Science and Technology, 2018.
5. Rossiter, M. Narrative and stories in adult teaching and learning. (Report No. EDO-CE-02-241). Washington, DC: Education Resources Information Center. (ERIC Document Reproduction Service No. ED346082), 2002.

ZHAO WEICHENGBlagoveshchensk State Pedagogical University
(Blagoveshchensk, Russia)**THE APPLICATION OF GROUP COOPERATION
IN SPOKEN ENGLISH TEACHING IN JUNIOR HIGH SCHOOL****Abstract**

In the English teaching in China, most junior high schools will adopt the traditional teaching method, which will make student ability poor. The application of group cooperation to spoken English teaching in junior high school can not only avoid the phenomenon of “dumb English”, but also improve the ability of students to use English in practice. In addition, the use of group cooperation mode in spoken English teaching can effectively highlight the status of students in teaching activities and enhance the enthusiasm of students to participate in class.

Based on the analysis of the research status of group cooperation and the current situation of spoken teaching, this paper studies the specific application of group cooperation in the spoken English teaching of Grade six in junior high school, so as to deeply analyze the advantages and challenges of group cooperative learning in spoken teaching, and analyze and summarize the influence of group cooperation on the spoken ability of sixth-grade students.

Keywords: *group cooperation; junior high school English; spoken teaching.*

Introduction

Group cooperative learning is a teaching theory and methodology widely adopted in many countries in the world. It is a teaching method based on the background of class teaching system. Teacher consider the learning group of their students as a fundamental building block, assisting group members in cooperating, promoting the group's good effects, and enhancing each student's passion for and aptitude at learning. Through the form of group cooperation, students can cooperate with each other in the learning process, so as to complete the learning task together.

Under the premise of English Curriculum Standards, cooperation mode has been gradually applied by teachers and scholars. As an international communication tool, the teaching of spoken English in junior high school is particularly important. In the teaching reform, teachers adopt group Cooperation mode in spoken English teaching to stimulate students' learning initiative. Students can skillfully master and use spoken English communication in cooperation, and improve the oral communication application ability. Under the premise of the new curriculum reform, many scholars and teachers pay attention to the teaching mode of group cooperation. For example, Li Feifei mentioned that “In spoken English teaching of junior high school, the use of group cooperation activity mode can not only help students to prepare for spoken English expression, but also help students to form their own thinking activities.” Teachers should actively organize students to carry out group cooperation activities, so as to promote students to improve their communicative ability in group Cooperation.

What kind of teaching method can improve spoken English ability of sixth-grade students in junior high school has become an urgent problem for teacher to solve. We find that group cooperative learning can create a good communication atmosphere and improve student's communication ability in cooperation.

Definition of Group Cooperation

Group cooperation is a kind of teaching method under the background of class teaching system. It is a kind of classroom organization form which takes cooperative learning group as the basic form and the group achievement as evaluation standard to achieve the educational

goal. Its essence is to encourage students to express their ideas clearly and listen to others' opinions, reflect on their own knowledge and problem-solving methods.[Xuan-Hui, L,Jun-Cang G,2011] Students can improve learning efficiency and cultivate students' cooperation quality and learning habits.

Group cooperation focuses on stimulating students' sense of cooperation, emphasizing the play of students' subjectivity. It provides students with the possibility of spoken English communication in class, and increases the opportunities for spoken expression among students. The group is a carrier of communication and gives full play to the participation of students in spoken expression. Group cooperative learning can improve the efficiency of students' learning, communication and expression in unit time, and cultivate students' awareness of inquiry. It is also conducive to the development of students' spoken communication and problem-solving skills.

Group cooperation has changed the traditional group teaching single-dimensional communication between teachers and students, teachers monopolize the information source of the whole class and students are in a very passive situation.[Wei P, Tang Y, 2015] In the process of cooperative learning, students' initiative and creativity can be fully displayed.

The Present Situation of Group Cooperation at Home

The idea of group cooperation has a history of more than two thousand years in our country, and there are many verses recorded in classical works that indicate that learners should realize the importance of cooperative learning. Although group cooperation appeared earlier in ancient China, the research on cooperative learning was not carried out until late in China. In the 1980s, the Ministry of Education conducted large-scale experimental research on cooperative learning, mainly concentrated in Shandong and Zhejiang. These experiments promote the development of cooperative learning theory in our country, and also have the characteristics of localization. In 1987, Wuxi City carried out an experimental study of "Classroom teaching reform and class construction" to explore new ideas for group cooperative teaching.[Zhao Xingfang, 2023]

In Sheng Qunli' s view, "In the process of group cooperative learning, the main body is the group activity, and the use of inter-group homogeneity and inter-group heterogeneous grouping can develop scientific and effective cooperative learning plans, strengthen the fairness of inter-group learning competition, and give appropriate rewards according to the performance of group members." This theoretical research has conducted new investigation and research on the teaching strategies of many disciplines. And it is based on the ideas, practices, and findings in the field of group cooperative learning in China.

China first introduced group activities into classroom learning in the 1990s, which marked the beginning of the study of group cooperative learning in our country. There are also the research and discussion on group cooperative teaching carried out in China later, which plays a very important role in the rapid development of cooperative learning in our country. The establishment of the Cooperative Education Research Committee in 1997 heralds a new stage in the research of group cooperative learning in our country. Later, primary and secondary schools across the country began to use cooperative learning in their teaching practices. Teachers of primary and secondary schools all over the country also actively participate in the research of cooperative teaching. Group cooperation has become an important concept in the basic concept of curriculum standards and curriculum implementation suggestions in our country.

With the implementation of the new curriculum reform, group cooperation is at an important stage of transition in our country. However, what kind of cooperative learning strategy is the most suitable for the current situation of teaching practice in our country, this point must cause the majority of cooperative learning researchers to think deeply.

Present Situation of Group Cooperation Abroad

Group cooperative learning was promoted by the philosopher Seneca and the ancient Roman educator Quintilian, who also highlighted the idea of mutual learning. they believe that group

cooperative learning can help students learn from each other and set a positive example for other students, so students will get great benefits in the learning process. In the 1960s, the Johnson brothers established group cooperative learning centers in schools and started assisting college instructors in implementing cooperative learning. They fully utilize the teaching model to its fullest extent by incorporating competition, cooperation, and students' personalized learning into classroom instruction in addition to emphasizing the value of cooperative learning. Many people use the published articles and works of the Johnson brothers as the theoretical basis for study.

At the end of the 18th century, Bell began to carry out experimental exploration of group cooperative learning in England, and he brought cooperative learning to schools and classrooms. Under this teaching model, the senior students in the school are responsible for helping the slow progress and young students, and a practical and innovative teaching theoretical model and strategy has emerged. Because this teaching mode can activate the learning atmosphere in the classroom and help students cultivate good non-cognitive quality, group cooperative learning has become the most important teaching mode at that time, and people believe that this teaching and learning mode is the most successful and important teaching reform mode in recent decades. In the early 19th century, the American educator Park applied the idea of cooperative learning to class, making the classroom full of cooperation and democratic atmosphere. Park believed that the classroom is the best place for children to live and learn together, so he stressed the importance of cooperative learning in the classroom.

By the 1970s, group cooperation was widely used in American primary and secondary schools. It has become one of the contemporary mainstream teaching theories and strategies. In addition to the unique social and cultural background of the United States, it is mainly due to the need to overcome the drawbacks of traditional teaching, reform classroom teaching and improve teaching efficiency.

We will study the current situation of spoken English teaching from two aspects. The first is characteristics of six-grade students. The second is the obstacles in spoken English teaching. We need to understand the current situation of spoken English teaching clearly, and lay a foundation for exploring group cooperation into spoken English teaching.

Conclusion

Spoken English teaching is one of the important links of English learning, teachers need to make spoken English teaching the focus of English teaching. Effective group cooperation optimizes the teaching process of oral English class and realizes the classroom communication. Group activities emphasize students' language communication, cultivates students' language communication ability and develop students' spirit of cooperation, so as to achieve the most efficient spoken English teaching. Group cooperation has gradually been widely used in spoken English teaching in junior high schools, and through the continuous innovation of scholars and teachers, group cooperation has gradually become an important part of spoken English teaching.

References

1. Xuan-Hui L, Jun-Cang G. Study on the Cooperative Learning Method[J]. *Sci-Tech Information Development & Economy*, 2011.
2. Wei P, Tang Y. Cooperative Learning in English Class of Chinese Junior High School[J]. *Creative Education*, 2015, 6(3): 397-404.
3. Zhao Xingfang. Research on oral English teaching strategies in junior middle school[J]. *Progress: Teaching and research*.2023(5): 219-221.

ZHEN ZHEN

Blagoveshchensk State Pedagogical University
(Blagoveshchensk, Russia)

OPPORTUNITIES AND CHALLENGES OF INFORMATION TECHNOLOGY IN ENGLISH TEACHING

Abstract

With the rapid development of information technology, online education has been widely applied globally and has had a profound impact on English teaching. This article explores the opportunities and challenges of information technology in English teaching. By analyzing the application of online education platforms and artificial intelligence technology, it is pointed out that online education provides rich learning resources, personalized learning paths, and global language and cultural exchange opportunities for English teaching. In addition, the flexibility and interactivity of online education significantly enhance students' learning experience. However, online education also faces challenges in the promotion process, such as technological barriers, insufficient teacher-student interaction, lack of learning motivation, technological failures, and privacy security. This article emphasizes ensuring that learners' interests are placed at the center and utilizing digital technology to support education based on interpersonal interaction, rather than replacing it, and proposes future research directions and recommendations in this field to promote the further development and application of online education in English teaching.

Keywords: *information technology; English teaching; opportunity; Challenge.*

Introduction

In the era of globalization and informatization, the application of information technology in English teaching is becoming increasingly widespread. Online education breaks through the time and space limitations of traditional education, providing learners with more flexible and personalized learning methods. However, despite the many opportunities brought by online education in English teaching, it also faces challenges. With the popularization of the Internet, online education platforms provide a variety of curriculum resources from basic education to higher education. Especially in the field of English teaching, online education platforms greatly enrich learners' teaching resources and learning experience through multimedia content, interactive learning tools, and real-time feedback systems. However, "some educational technologies can improve certain types of learning in certain situations. The rapid upgrading of technology also brings adaptation pressure to the education system." [United Nations Global Education Monitoring Report ,2023, p. 4].

1 The Opportunities of Information Technology in English Teaching

1.1 Richness of Learning Resources

Online education platforms provide English learners with a rich variety of learning resources, including video courses, e-books, online exercises, simulation tests, and more. These resources not only cover basic grammar and vocabulary, but also various aspects such as listening, speaking, reading, and writing. For example, learners can improve their listening and speaking skills by watching speech videos, or strengthen their grammar knowledge through online grammar exercises.

A significant advantage of online education technology is that it can provide diversified teaching resources to meet the needs of learners at different levels. In addition, online platforms

can automatically recommend relevant learning resources based on learners' feedback and learning progress, helping learners better grasp knowledge points.

1.2 Personalized Learning

The application of artificial intelligence technology in online education makes personalized learning possible. By analyzing learners' learning behavior and progress, online education platforms can customize personalized learning plans for each learner. For example, based on big data analysis, the platform can identify learners' weak links in English learning and provide targeted supplementary materials or exercises. "Artificial intelligence technology can adjust teaching content and progress in real time through learners' learning data, thereby improving learning effectiveness" [Wen Qiufang, 2024, p. 726]. This personalized learning not only helps learners to master English more effectively, but also enhances their interest and confidence in learning.

1.3 Globalization and Language and Culture Exchange

The globalization of online education technology enables learners to communicate with native English speakers from around the world anytime, anywhere. Through online classrooms, virtual communication platforms, and cross-cultural projects, learners can directly engage with the culture and language habits of English speaking countries, thereby improving their language application abilities. For example, many online platforms offer language exchange programs that provide learners with the opportunity to learn from English learners from different countries. This kind of language and cultural exchange not only helps improve learners' English proficiency, but also enhances their understanding and respect for different cultures.

1.4 Enhancement of Interactivity and Participation

Online education technology enhances learners' sense of participation and interactivity through real-time feedback and interactive tools. For example, in online classrooms, teachers can interact with students in real-time through interactive whiteboards, voting systems, and instant feedback tools. This kind of interaction not only enhances classroom activity, but also helps students better understand and master the teaching content.

"Through artificial intelligence technology, teachers can monitor students' learning progress in real time and adjust teaching strategies based on their feedback, thereby improving teaching effectiveness" [Zhang Qiuju, 2024, p. 73]. In addition, the application of virtual reality technology provides a more immersive learning experience for English teaching, allowing students to practice language in a virtual environment.

2 The Challenges of Information Technology in English Teaching

2.1 Technical barriers and digital divide

Although online education technology has brought many conveniences to English teaching, the issues of technological barriers and digital divide still exist. For those learners who lack the necessary technical equipment or Internet access, it is difficult to give full play to the advantages of online education. In addition, the insufficient technical literacy of some teachers and students may also affect the effectiveness of online education. "Although artificial intelligence and online education technology have been widely applied in developed countries, the technological gap remains an urgent problem to be solved in developing countries" [Anthony Seldon, Oladimeji Abidoye, 2020, p. 102]. To narrow this gap, educational institutions need to provide more technical support and training to ensure that all students have equal access to high-quality English education resources.

2.2 Shortcomings in teacher-student interaction

Although online education platforms provide various interactive tools, direct interaction between teachers and students is still insufficient compared to traditional classrooms. "In online teaching, teachers find it difficult to capture students' nonverbal feedback in a timely manner, such as facial expressions and body language, which may affect teaching effectiveness.

Although online education provides rich interactive tools, the lack of face-to-face interaction may lead to a decrease in student engagement, which in turn affects learning outcomes”[Liu Liebin,2024,p.148]. In addition, due to the virtual nature of online teaching, students may feel isolated and lack learning motivation.

2.3 Challenges of Learning Motivation and Self Discipline

Online learning requires students to have strong self-discipline and time management skills. Due to the lack of disciplinary constraints in traditional classrooms, some students may encounter time management difficulties in online learning, resulting in poor learning outcomes. The challenge of self-discipline in online learning environments is an important factor that affects students' learning outcomes. To help students overcome this challenge, teachers can stimulate their learning motivation by setting clear learning goals and providing continuous feedback.

2.4 Technical Faults and System Reliability

Online education platforms may face technological failures or network issues, which can have a negative impact on the continuity of teaching and the learning outcomes of students. Especially during real-time teaching or online exams, technical malfunctions may prevent learners from participating in the course normally, affecting their learning progress.

The technological reliability of online education is the key to ensuring teaching quality. Therefore, online education platforms and institutions need to continuously optimize their technological infrastructure to ensure system stability and reliability.

2.5 Privacy and Security Issues

Online education platforms typically need to collect and store a large amount of student data, including personal information, study records, and test scores. The security and privacy protection issues of these data have attracted widespread attention. If data is improperly used or leaked, it may pose a threat to students' privacy and security. With the development of online education technology, how to fully utilize learning data while protecting student privacy is a major challenge faced by educational institutions. To this end, educational institutions need to establish strict data protection policies and adopt advanced encryption technologies to ensure the security of student data.

3 Case analysis and empirical research

3.1 Successful case analysis

Online education platforms such as Coursera and edX have achieved widespread success in the field of English teaching, especially in the context of globalization. These platforms not only provide high-quality English courses, but also promote cross-cultural communication among learners. Coursera's "Learn English: Advanced Grammar and Punctuation" course and edX's "TOEFL Test Preparation" course have helped thousands of learners improve their English proficiency. These courses provide a comprehensive and interactive learning experience through video lectures, online quizzes, discussion forums, and other means. In addition, these platforms collaborate with renowned universities and educational institutions to ensure the authority and academic quality of course content.

For example, Coursera's "Learn English: Advanced Grammar and Punctuation" course not only covers the use of advanced grammar and punctuation, but also helps learners consolidate their learning content through real-time feedback and interactive exercises. The "TOEFL Test Preparation" course of edX provides comprehensive exam strategies and exercises for students preparing to take the TOEFL exam, greatly improving their pass rate. These successful cases demonstrate that online education platforms can not only provide high-quality English teaching resources, but also enhance students' learning experience through advanced technological means.

3.2. Reflection on Failure Cases

However, not all online education projects can achieve success. Some online English teaching projects lack effective teaching design, insufficient technical support, or neglect the personalized needs of learners, resulting in poor learning outcomes for students and even project failures. For example, the course design of some platforms is too single and fails to fully utilize the advantages of online education technology, such as interactivity and personalized support, resulting in low student interest in learning and low completion rates.

Taking a certain online English course as an example, although the course provides rich learning materials, it lacks personalized guidance in teaching design and fails to dynamically adjust according to learners' needs and feedback, resulting in many students feeling that the difficulty of the course is too high or too low, and ultimately giving up learning. In addition, the technical support of the course platform is insufficient, and frequent system failures and network issues prevent students from completing the course smoothly. These failed cases emphasize the importance of instructional design and technical support in designing and implementing online English courses.

Conclusion

Information technology provides bachelor's degree holders with richer and more diverse knowledge, which can better enhance each child's cognitive abilities. Through abundant learning resources, personalized learning paths, global language and cultural exchanges, enhanced interactivity and learning flexibility, information technology is gradually changing the traditional mode of English teaching. However, this transformation also faces many challenges such as technological barriers, insufficient teacher-student interaction, self-discipline challenges, technological reliability, and data privacy. In the future, with the further development of technology and the deepening of educational research, the application of information technology in English teaching will be more extensive and in-depth. Teachers, students, and media are the three elements of education, while technology is just a medium. We should pay more attention to the relationship between teachers and students, ensure that learners' learning interests are at the center, increase teacher support for effective impact and interaction with students, and promote the sustainable development of technology in English teaching.

Reference

1. Insights from the United Nations Global Education Monitoring Report .2023: 4
2. Wen Qiufang. Will foreign language education in the era of artificial intelligence undergo a disruptive revolution? *Chinese Foreign Language*, 2024, 47 (5): 726.
3. Zhang Qiuju. Exploration of the Reform of College English Teaching under the Background of Artificial Intelligence. *Modernization of Education*, 2024, 3: 72-74.
4. Anthony Seldon, Oladimeji Abidoye. *The Fourth Education Revolution: How Artificial Intelligence is Changing Education Machinery* Industry Press, 2020, 102.
5. Liu Liebin. Exploration of College English Teaching Mode under the Background of AI. *Foreign Languages and Foreign Language Teaching*, 2024, 6: 147-149.

XIAO NAN NAN

Blagoveschensk State Pedagogical University
Blagoveschensk, Russian

DISCUSSION ON THE INFLUENCE OF ONLINE LEARNING ON MODERN COLLEGE EDUCATION

Abstract

With the emergence and rapid development of network tools in the past few decades, in the field of modern university education, the integration of online tools has become a key component, completely transforming students' learning styles, catalyzing the development of students' reflective skills and playing a significant role in deepening understanding and absorbing knowledge. Especially from February to May 2020, most countries and regions adopted mandatory school closures in response to public health emergencies caused by the COVID-19 epidemic. Education systems around the world are facing unprecedented challenges. Government agencies work with international organizations, private sector partners and civil society groups to provide distance education services through a variety of technologies to ensure continuity of course learning and learning opportunities for all. Through this global event, distance learning has begun to enter public life widely.

Keywords: *Online learning; College education; Influence factor.*

Introduction

Broadly speaking, distance learning is often equated to online learning, digital learning, flexible learning, and massive open online courses (MOOCs). Online learning refers to the sum of learners and relevant learning groups interacting with the external learning environment using the Internet in order to achieve specific learning goals [Wang Nan, 2009, c.5]. The use of media and technology for communication and communication during the learning process greatly facilitates the interaction between teachers and students. However, in order to adapt to the new teaching model, online learning often requires students to have a high degree of autonomous learning and reflection skills. With the rapid development of Internet technology, online learning is rapidly emerging and booming at home and abroad, and all countries attach great importance to online education. During this period, many countries such as the United Kingdom, Germany, France, and Japan have introduced policies to ensure and promote online education. In 2015, the Ministry of Education of China issued the "Opinions of the Ministry of Education on Strengthening the Construction, Application and Management of Online Open Courses in Colleges and Universities", which clearly stated that it is necessary to focus on the construction of large-scale online courses, focus on the quality of online courses, and plan to fully build global online open courses by 2020. However, the practice of online learning leads to the low completion rate of students' online learning due to various reasons, such as insufficient learners' consciousness and self-learning ability, job burnout and loneliness, uneven quality of online resources, and insufficient motivation and guidance of teachers. In light of these considerations, I think it is interesting to analyze the relationship between online tools and learning effects of college education.

Research on the influencing factors of online learning investment, analyzed from the perspective of different researchers, has always been a topic of concern to scholars. For example, Zhou Suo built a mediation model based on the integrated model of cognitive beliefs and self-regulated learning constructed by his predecessors, and found that cognitive beliefs indirectly affected investment in online learning, and self-determined motivation and

metacognition regulation strategies played a mediating role in the two [Zhou Yan, 2018, c.8]. Liu Bin explored the relationship between teaching interaction and college students 'online self-regulated learning as an important indicator of the quality of online learning [Liu Bin, 2018, c.180]. However, there is still a lack of further research to explore how teaching interactions affect online learning. In the context of the epidemic of new pneumonia, the influencing factors of college students 'online learning can mainly be divided into subjective and objective factors.

I. Subjective factors

I.1. Motivation to learn

The quality and effectiveness of learning will be affected by the individual characteristics of learners. It is the learning motivation that affects college students 'investment in online learning. The more motivated you are to learn, the greater your investment in learning will be. Gong Shaoying and other scholars conducted the research on the relationship between college students 'motivational beliefs (sense of self-efficacy, task value), motivational regulation and learning engagement. From the perspective of self-regulated learning, they conducted the research on the mixed learning environment and found that motivational beliefs have a direct impact on learning engagement, and can also indirectly affect learning engagement through motivational regulation [Gong Shaoying, 2017, c.8].

I.2. Learn emotions

The level of academic emotion will directly affect an individual's learning behavior. Gao Jie's research found that there is a significant correlation between college students 'online academic emotion and learning engagement, and positive academic emotion can positively predict learning engagement. Especially during the epidemic, students see news of the epidemic every day, and negative emotions such as tension, anxiety, and fear will have an impact on their online learning engagement [Gao Jie, 2016, c.7].

I.3. Persistence of learning

Learning is a long-term process that requires continuous effort and investment. Adhere to learning that affects the degree of engagement in learning. Research by Lan Guoshuai and others found that the positive impact of MOOC learners on their persistence in learning is significant.

II. Objective factors

In online learning, the learning effectiveness of modern college students will be affected by support and pressure from family, society and other aspects. In addition, students 'learning effectiveness can also be promoted through factors such as cultural background and values.

II.1. Families

Family factors affect learning investment, such as parental support, parental expectations, family parenting, family financial situation, family functions, etc. Especially in 2020, students across the country are taking classes online. The main activity place for students is within their families. The learning environment has changed. If students can get the support and understanding of their parents, their investment in online learning will definitely be improved.

II.2. Schools

Liu Zaihua's research found that there is a clear correlation between school atmosphere and learning investment [Liu Zaihua, 2017, c.6]. The distance between teachers and students increases with the transfer of the teaching environment, but teachers' role in the entire classroom is still important. Teachers' knowledge level affect students as well as information literacy, communication skills, teaching methods, promoting the healthy development of teacher-student relations.

II.3. Individual physiological factors

When studying online learning investment, most domestic researchers will analyze the impact of online learning investment on personal physiological factors, such as age, gender, major studied, etc. Different from students of other ages, college students are more likely to

have disinterested courses such as inattention and inattention in class. As for online learning, teachers do not have much energy to pay attention to each student during class. It is not as intuitive as offline teaching.

Summary

The efficiency of online learning is related to the quality of students 'online learning, which is an issue worthy of attention and in-depth research. Through sorting out relevant literature, academic circles have paid attention to the influencing factors of online learning investment to a certain extent. This study aims to understand the current situation of college students 'online learning through literature analysis, analyze the main influencing factors of college students' online learning. The next step of research will focus on how to effectively use big data generated by education to study the investment in online learning. All three are indispensable, and the joint efforts of teachers, students and educational technology researchers are needed to truly promote investment in online learning.

References

1. A study on the relationship between motivation beliefs, motivation regulation and learning engagement in a blended learning environment / Gong Shaoying, Wang Zhen, Yuan Xin, Fan Yiping // *Open Education Research Journal*. – 2017. – Vol 23. – No 1. – P. 84-91.
2. Influencing factors and coping strategies for online learning investment – based on the perspective of self-determination theory / Zhou Yan // *China Audio-visual Education Journal*. – 2018. – No 6. – P. 115-122.
3. L. Bin Research on the influence of teaching interaction on online self-regulated learning of college students and its intervention / Bin L. – Xi'an: Shaanxi Normal University, 2018. – 180 p.
4. Research on the nature and theoretical basis of online learning activities / Wang Nan, Qiao Ailing // *China Distance Education Journal*. – 2009. – No 1. – P. 36-40.
5. The impact of online academic emotion on learning engagement: From the perspective of social cognitive theory / Gao Jie // *Open Education Research Journal*. – 2016. – Vol 22. – No 2. – P. 89-95.
6. The impact of school atmosphere on middle school students 'learning engagement: The mediating role of school happiness / Liu Zaihua // *China Special Education Journal*. – 2017. – No 4. – P. 85-90.

Научное издание

ШКАТОВСКИЕ ЧТЕНИЯ

Материалы Международной научной конференции

*Челябинск
1 ноября 2024 года*

Ответственный редактор А. А. Селютин

Верстка В. Завьялов

Подписано в печать 01.11.24.

Формат 60x84 1/8.

Уч.-изд. л. 67,9. Заказ 440.

Челябинский государственный университет
454001, Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129.

Отпечатано в издательстве Челябинского государственного университета
454021, Челябинск, ул. Молодогвардейцев, 57б.