



**КОММУНИКАТИВНЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ**

**COMMUNICATION
STUDIES**

2020. Т. 7. № 3

2020, Vol. 7, no. 3

**КОММУНИКАТИВНЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ
2020. Т. 7. № 3**

Редакционная коллегия

Главный редактор

д-р филол. наук, проф.
О.С. Иссерс (Омск, Россия)

д-р философии, проф.
Р. Андерсон (Лос-Анджелес, США)

д-р филол. наук, проф.
А.Н. Баранов (Москва, Россия)

д-р филол. наук, проф.
Н.В. Богданова-Бегларян
(Санкт-Петербург, Россия)

д-р философии, проф.
Д. Вайс (Цюрих, Швейцария)

д-р филол. наук, проф.
М.А. Кронгауз (Москва, Россия)

д-р филол. наук, проф.
Л.П. Крысин (Москва, Россия)

д-р филол. наук, проф.
Л.А. Кудрявцева (Киев, Украина)

д-р филол. наук, проф.
Э. Лассан (Вильнюс, Литва)

д-р филол. наук, проф.
Б.Ю. Норман (Минск, Беларусь)

д-р филологии, проф.
Р. Ратмайр (Вена, Австрия)

д-р филологии, проф.
Л. Рязанова (Эдинбург, Великобритания)

д-р филол. наук, проф.
И.А. Стернин (Воронеж, Россия)

д-р филол. наук, проф.
В.Е. Чернявская (Санкт-Петербург,
Россия)

д-р филол. наук, проф.
А.П. Чудинов (Екатеринбург, Россия)

д-р филол. наук, проф.
А.Д. Шмелев (Москва, Россия)

Ответственный секретарь

канд. филол. наук, доц.
М.В. Терских (Омск, Россия)

**COMMUNICATION
STUDIES
2020, Vol. 7, no. 3**

Editorial Staff

Editor-in-Chief

Prof. O.S. Issers
(Omsk, Russia)

Ph.D. R. Anderson
(Los Angeles, USA)

Prof. A.N. Baranov
(Moscow, Russia),

Prof. N.V. Bogdanova-Beglarian
(St. Petersburg, Russia)

Prof. V.E. Chernyavskaya
(St. Petersburg, Russia)

Prof. A.P. Chudinov
(Yekaterinburg, Russia)

Prof. M.A. Kronhaus
(Moscow, Russia)

Prof. L.P. Krysin
(Moscow, Russia)

Prof. L.A. Kudryavtseva
(Kyiv, Ukraine)

Prof. E. Lassan
(Vilnius, Lithuania)

Prof. B.Yu. Norman
(Minsk, Belarus)

Ph.D. R. Rathmayr
(Vienna, Austria)

Ph.D. L. Ryazanova
(Edinburgh, UK)

Prof. I.A. Sternin
(Voronezh, Russia)

Prof. A.D. Shmelev
(Moscow, Russia)

Ph.D. D. Weiss
(Zurich, Switzerland)

Executive secretary of the journal

Dr. M.V. Terskikh
(Omsk, Russia)

**КОММУНИКАТИВНЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ
2020. Т. 7. № 3**

Основан в 2014 г.

Выходит 4 раза в год

Учредитель – Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

Издается в рамках научного сотрудничества с Институтом русского языка им. В.В. Виноградова РАН

Технический редактор Н.В. Москвичёва
Дизайн обложки З.Н. Образова
Переводчик А.Ю. Енарьева

Свидетельство о регистрации СМИ
ПИ № ФС77-72190 от 15 января 2018 г.
Выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций

ISSN 2413-6182

eISSN 2658-4867

«Коммуникативные исследования» – рецензируемый научный журнал, в котором представлены исследования в области коммуникативистики.

К публикации принимаются статьи на русском и английском языках

Включен в перечень ВАК.

Включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ).

Адрес редакции
644077, Россия, Омская обл., г. Омск,
пр-т Мира, д. 55а, 2 корпус ОмГУ, каб. 221
Тел.: +7(3812)22-98-15

Сайт журнала: <http://com-studies.org/ru>

Дата выхода: 05.10.2020.

Ризографическая печать.

Формат 60×84 1/8.

Заказ 134. Тираж 60 экз.

Объединенный подписной каталог «Пресса России». Индекс 94243.

Свободная цена

Отпечатано в типографии Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского

Адрес издателя и типографии
644077, Россия, Омская обл., г. Омск,
пр-т Мира, д. 55а

**COMMUNICATION
STUDIES
2020, Vol. 7, no. 3**

Founded in 2014

Published four times a year

Founded by Dostoevsky Omsk State University

The journal is published within the framework of scientific cooperation with Vinogradov Russian Language Institute of the Russian Academy of Science (RAS)

Technical editor N.V. Moskvicheva
Design of cover Z.N. Obrazova
Interpreter A.Yu. Yenaryeva

Journal Registration Certificate
ПИ No. ФС77-72190 of January 15, 2018.
Given by The Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology, and Mass Media

ISSN 2413-6182

eISSN 2658-4867

"Communication Studies" is a peer-reviewed academic journal focusing on the study of communication science.

The Journal publishes articles in Russian and English

Included in VAC list.

Included in Russian Science Citation Index.

Address of editorial office
office 221, 2nd OmSU corpus, 55a, Mira pr.,
Omsk, Omsk Oblast, 644077, Russia
Phone: +7(3812)22-98-15

Site of Journal: <http://com-studies.org/ru>

Date of publication: October 5, 2020.

Risograph printing.

Format 60×84 1/8.

Order 134. Circulation of 60 copies

United subscription catalog "The Russian Press". Index 94243.

Free price

Published by Dostoevsky Omsk State University

Address of publisher and printing house
55a, Mira pr., Omsk, Omsk Oblast, 644077,
Russia

СОДЕРЖАНИЕ

CONTENTS

Раздел I. ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ КОММУНИКАЦИИ

Part I. THEORY AND HISTORY OF COMMUNICATION

<i>Лауэр Дж.</i> Риторическая инвенция в период второй софистики, Средние века и эпоху Ренессанса (перевод фрагмента монографии Дженис Лауэр «Риторическая инвенция»).....	501	<i>Lauer J.M.</i> Inventional issues in Second Sophistic, Medieval, and Renaissance rhetorics (Russian translation of the extract from Janice M. Lauer book "Invention in Rhetoric and Composition").....	501
<i>Хазазеров Г.Г.</i> Троянский конь эпидейктического красноречия: к теории пропаганды	515	<i>Khazagerov G.G.</i> The Trojan horse of epideictic oratory: toward the theory of propaganda.....	515

Раздел II. СОВРЕМЕННЫЕ ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ

Part II. MODERN DISCOURSE PRACTICES

<i>Балашова Л.В.</i> Идиоматика и языковая картина мира (на базе членов фразеосемантической группы «Космос» в русском языке)	531	<i>Balashova L.V.</i> Idiomatics and a language picture of the world (based on parts of the phraseosemantic group "Space" in Russian).....	531
<i>Богданова-Бегларян Н.В.</i> Обрыв в устном монологе как «точка сбоя» и способы ее преодоления	555	<i>Bogdanova-Beglarian N.V.</i> The breakage in an oral monologue as a "point of failure" and ways to overcome it.....	555
<i>Болдырева О.Н., Ао Линлу, Сунь Жаньжань.</i> Юмор как социокультурное явление в русском и китайском языках.....	568	<i>Boldyreva O.N., Ao Linlu, Sun Ranran.</i> Humor as a socio-cultural phenomenon in Russian and Chinese.....	568
<i>Воронина Л.В.</i> Текстовые единицы с семантикой цели в коммуникативном пространстве рекламы	582	<i>Voronina L.V.</i> Text units with semantics of purpose in the communicative advertising field.....	582
<i>Грызунова А.С., Бакеева Д.А., Ржанова С.А.</i> Спортивные фотоматериалы в журнале «Иллюстрированная Россия» в аспекте визуальной коммуникации: жанровые особенности	596	<i>Gryzunova A.S., Bakeeva D.A., Rzhanova S.A.</i> Sports photographic materials in the magazine "Illyustrirovannaya Rossiya" in aspect of visual communication: genre features.....	596
<i>Матвеева Т.В.</i> Откровенный разговор в аспекте жанровой компетенции собеседников.....	615	<i>Matveeva T.V.</i> Frank conversation in aspect of interlocutors' genre competence.....	615
<i>Румеус Н.А., Федяева Н.Д.</i> Антропоморфность образа автомобиля в русской языковой картине мира: анализ семантико-структурных моделей	627	<i>Rumeus N.A., Fedyeva N.D.</i> Anthropomorphism of a car image in the Russian language picture of the world: analysis of semantic and structural models.....	627

Раздел III. КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ
В ИССЛЕДОВАНИЯХ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА

Part III. COMMUNICATIVE ASPECTS IN STUDIES OF LITERARY TEXTS

<i>Зубенко Я.В.</i> Актуализация гендерного аспекта в женском нарративе.....	641	<i>Zubenko Ya.V.</i> Gender mainstreaming in female narration.....	641
--	-----	--	-----

<i>Томберг О.В.</i> Коммуникативные паттерны древнеанглийской лингвокультуры (на материале анализа художественных образов древнеанглийской поэзии).....659	<i>Tomberg O.V.</i> Communicative patterns of Old English poetic culture (based on the analysis of literary images of Old English poetry)..... 659
--	--

Раздел IV. КОММУНИКАТИВНАЯ ДИДАКТИКА

Part IV. COMMUNICATIVE DIDACTICS

<i>Здоронок Ю.А.</i> Разработка тестовых заданий в модульной объектно-ориентированной среде.....685	<i>Zdoronok Yu.A.</i> Development of test in a modular object-oriented environment..... 685
---	---

Раздел V. РЕЦЕНЗИИ

Part V. REVIEWS

<i>Ворошилова М.Б., Махова Н.Н., Юдина О.Л.</i> Рецензия на монографию «Новые медиа в России. Активные процессы в языке и коммуникации»703	<i>Voroshilova M.B., Makhova N.N., Yudina O.L.</i> Review on the monograph “New media in Russia. Active processes in language and communication” 703
<i>Информация для авторов</i>713	<i>Information for authors</i> 719

Раздел I

**ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ
КОММУНИКАЦИИ**





Part I

**THEORY AND HISTORY
OF COMMUNICATION**

**РИТОРИЧЕСКАЯ ИНВЕНЦИЯ В ПЕРИОД ВТОРОЙ СОФИСТИКИ,
СРЕДНИЕ ВЕКА И ЭПОХУ РЕНЕССАНСА
(ПЕРЕВОД ФРАГМЕНТА МОНОГРАФИИ ДЖЕНИС ЛАУЭР
«РИТОРИЧЕСКАЯ ИНВЕНЦИЯ»)**

Дж. Лауэр

Университет Пердью (Уэст-Лафайетт, США)

Аннотация: Представлен перевод фрагмента монографии Дженис Лауэр «Риторическая инвенция» (Invention in Rhetoric and Composition. West Lafayette, IN: Parlor Press: The WAS Clearinghouse, 2004), в котором рассматриваются проблемы риторической инвенции в период второй софистики, Средние века и эпоху Ренессанса. Автор анализирует трансформации, которые претерпела инвенция с распространением христианства, ее роль в интерпретации Священного Писания. Анализируются подходы средневековых энциклопедистов к пониманию риторической аргументации и эпистемологической инвенции, а также состояние риторики в эпоху Ренессанса, когда инвенция была отнесена к логике, и в ее ведении остались исключительно вопросы стиля и акции. Во фрагменте описаны работы преимущественно европейских авторов, однако встречается анализ риторических текстов китайских и арабских философов и риториков, таких как Лю Се, аль-Фараби, Аверроэс и Авиценна. Отдельное внимание Дженис Лауэр уделяет женщинам-авторам, которые, опираясь на достижения инвенции, создавали разнообразные тексты – от научных трудов и жизнеописаний святых до драматических произведений на национальных языках и политических памфлетов. В заключительной части текста делается вывод, что в Средние века попытки примирить риторику с христианской верой привели к тому, что риторика стала применяться герменевтически и впоследствии раскололась на части, потеряв при этом эпистемологическую функцию. В эпоху Ренессанса авторы риторических трактатов зачастую игнорировали инвенцию и занимались исключительно фигурами и тропами.

Ключевые слова: риторика, инвенция, история риторики, софистика, эпистемология, аргументация, Средние века, Ренессанс.

Для цитирования:

Лауэр Дж. Риторическая инвенция в период второй софистики, Средние века и эпоху Ренессанса (перевод фрагмента монографии Дженис Лауэр «Ри-

торическая инвенция») // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 3. С. 501–514. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(3).501-514.

Сведения об авторе:

Лауэр (Райс) Дженис, заслуженный профессор Университета Пердью, признанный эксперт в области риторики, член Американского риторического общества (RSA), автор многочисленных работ, посвященных истории риторики и риторической инвенции

Контактная информация:

Почтовый адрес: 47907, USA, Indiana, West Lafayette, Purdue Mall, 610

E-mail: editor@parlorpress.com

Сведения о переводчике:

Бондарева Анна Александровна, аспирант Института филологии, журналистики и межкультурной коммуникации Южного федерального университета

Контактная информация:

Почтовый адрес: 344006, Россия, Ростов-на-Дону, Университетский пер., 93

E-mail: bondareva-anna@yandex.ru

Благодарности:

Переводчик выражает глубокую благодарность автору монографии профессору Дженис Лауэр и главному исполнительному директору издательства «Parlor Press» Дэвиду Блейкли за согласие на перевод и публикацию материала

Дата поступления статьи: 26.02.2020

Дата рецензирования: 03.03.2020

Дата принятия в печать: 13.08.2020

В период второй софистики (приблизительно со II в. н. э. до падения Римской империи в 410 г. н. э. на Западе и до VI в. н. э. на Востоке) в теорию инвенции было привнесено очень мало нового. Термин «софистика» использовался историками во многом потому, что отражал черты греческой софистической риторики: стремление к украшению речи, ее изысканности и стилистическому богатству; обращение к типам дискурса, которые связаны не с политикой и судебной сферой, а с вероятными суждениями общества и новым знанием.

Классические концепции риторики и инвенции продолжали преподаваться в эфебии (двухлетнее высшее образование) вплоть до падения Римской империи. С распространением христианства риторы стали пытаться примирить риторическую вероятность с христианской верой в Божественную истину, а потому занимались интерпретацией Священно-

го Писания и отысканием материалов, которые способствовали бы продвижению идеи Божественной истины.

Попытки сохранить тексты по классической риторике предпринимались на протяжении всех Средних веков. В результате до нас в энциклопедиях дошли лишь сокращенные версии риторической инвенции, лишённые теоретического обоснования и описания. Инвенция из эпистемологического руководства превратилась в рекомендацию по изобретению содержания, в советы по составлению писем, проповедей и созданию поэтических текстов. Ричард МакКион считал, что инвенция в этот период как бы затаилась: будучи подкреплённой логикой и философией, она в конечном счете оказала влияние на формирование схоластических и научных методов.

В эпоху Ренессанса наметились несколько направлений: 1) классическая инвенция нашла отражение в риторических текстах, написанных на национальных языках; 2) инвенция из многих работ была вытеснена фигурами (синтаксическими альтернативами) и тропами (фигурами речи); 3) отдельные исследователи, такие как Петр Рамус, исключали инвенцию из риторики, оставляя в ведении последней лишь стиль и акцию; 4) другие же исследователи, например Фрэнсис Бэкон, относили инвенцию к неэпистемологическому процессу нахождения известного.

Проблемы второй софистики

Возвышение Римской империи привело к тому, что риторика переместилась из залов суда и собраний в учебные заведения и места проведения торжеств. За риторикой последовала и инвенция. В этот период преобладало эпидейктическое (торжественное) красноречие, а соревновательная риторика иногда служила заменой гладиаторским боям. Джордж Кеннеди вслед за Василем Флореску называл это время периодом «литературизации»: на первый план были выдвинуты вопросы стиля, а инвенция функционировала как инструмент, позволявший отыскать этосные и пафосные аргументы, которые бы продвигали идеи императора и имперскую политику. В результате инвенция редко служила эпистемологическим целям [Kennedy 1999: 5].

Кроме того, в период второй софистики стало усиливаться влияние христианства. Латинские и византийские риторы (Иоанн Златоуст, Иероним, Ориген, Тертуллиан, Григорий Богослов и Августин) размышляли об отношениях между христианством и риторикой, о связи между верой и аргументами, между Божественной истиной и вероятностью. Инвенция получила герменевтический поворот – ее начали использовать для интерпретации Священных текстов и украшения проповедей [La Tourneau 1987]. По мнению Дж. Кеннеди, христианская керигма, т. е. проповедь благой вести, – это провозглашение: истина сообщения должна быть воспринята слушателями, а не доказана говорящим [Kennedy 1999: 145–146]. С по-

мощью Бога, а не риторики слушатели должны были уверовать в Христа и проникнуться мудростью Священного Писания. Вопрос взаимосвязи христианской веры и убеждения как пистиса, или доказательства, в котором вера становилась эпистемологическим убеждением, свободно выбранным и базирующемся на доверии, согласии и знании, изучал Джеймс Кинниви [Kinneavy 1987].

Для Августина инвенция была искусством экзегезы, которая направляла поиски смысла Священного Писания, а вся сила риторики служила передаче истины. Философ также занимался изучением цели исследования: во второй книге трактата «О христианском учении» он называл науку ведения диспутов полезной для понимания и разрешения библейских вопросов [Augustine 1958: 141] и обращал внимание, что для распутывания двусмысленности необходима вера. В работе «Греческая риторика времен правления христианских императоров» Дж. Кеннеди указывал, что Августин разработал ряд общих мест, которые были им почерпнуты из Библии [Kennedy 1983: 183]. Кэти Иден полагала, что в основе августиновской интерпретации лежит различие между Священным Писанием и авторской интенцией, «примат дианоэтического (рационального) значения над семантическим»¹ [Eden 1990: 50]. По мнению Августина, толкование текста должно быть неразрывно связано с этикой, ведь тот, кто его создавал, не мог лгать.

На Востоке в V в. н. э. китайский ученый Лю Се написал риторический трактат «Резной дракон литературной мысли». Чжао Хэпин пояснял, что вэнь как литературный жанр подразумевает, что текст состоит из жанровых трафаретов (другое значение слова «вэнь»). Таким образом устанавливается «мощная аналогия, в которой текст, как человеческое творение, связан с природой – творением некой “первичной” силы» [Zhao 1990: 73]. В тексте Лю Се есть части, озаглавленные как «Духовная мысль, или Воображение», «Стиль и природа», «Ветер и Кость», а также «Умение приспособливаться к изменяющимся обстоятельствам» – в этой главе автор «рассуждает о нахождении идей, вынесении суждений о наблюдаемых явлениях и поиске вспомогательных материалов» [Zhao 1990: 148–149]. Чжао указывал на взаимодействие в данном случае актов инвенции, ориентированных на поиск содержания и на создание формы.

Проблемы инвенции в средневековой риторике

Наши знания об инвенции в Средние века частично основаны на наблюдениях того, что было сокращено, упущено или же отнесено к другим областям. В течение этого достаточно длительного периода взгляды на природу инвенции и ее цель часто представлялись в упрощенном и весьма запутанном виде. Как объяснял Р. МакКион, инвенция в Средние

¹ Здесь и далее перевод цитат наш. – *Примеч. пер.*

века оказала влияние сразу на три интеллектуальные сферы: теорию риторики, логику и теологию. В риторических трактатах предлагалась упрощенная версия теории стасисов; приводились аргументы, касающиеся тезиса / гипотезы о том, занимается ли риторика и абстрактными, и конкретными вопросами или же только конкретными; также описывались три типа риторики (совещательная, судебная и эпидейктическая) в контексте гражданской философии [McKeon 1965: 176].

Энциклопедисты, такие как Боэций, Кассиодор и Исидор Севильский, обобщая классические трактаты, сводили объяснения к нескольким предложениям или коротким дефинициям, в результате чего исчезла возможность более глубокого понимания риторической аргументации и эпистемологической инвенции. Перечисленные энциклопедисты ставили стасисы выше топики, а силлогизмы выше энтимем и примеров, что со временем открыло путь дедукции и индукции.

В четвертой книге своего труда «О топических различиях» Боэций описывает четыре категории стасисов и отделяет риторику от философии. Он ограничивает систему риторических топосов свойствами человека и ситуации и отводит общим топосам место в диалектике, а частным (специальным) – в риторике. Философ утверждал, что ритору необходимо отталкиваться от диалектической топики (в рамках логики), в то время как диалектик может оставаться в пределах своей топики [Stump 1978: 94]. М. Лефф придерживался мнения, что Боэций подчинял риторическую топику диалектической, хотя единственное различие между ними заключается лишь в предмете – конкретный он или абстрактный [Leff 1983]. Р. МакКион отмечал, что Боэций рассматривал проблему различения принципов как проблему нахождения аргументов и объектов [McKeon 1965]. П. Осмунд Люри указывал, что в тот период диалектика и риторика делили между собой сферу вероятного, но одна принимала во внимание истину, а другая – эмоции [Lewry 1983: 49]. Согласно Джозефу Миллеру, Майклу Проссеру и Томасу Бенсону, Кассиодор, опираясь на Цицерона и Фортунатиана, рассуждал о таких понятиях инвенции, как стасис, силлогизм и энтимема [Miller et al. 1973: 78]. Исидор Севильский разделял стасисы на силлогистические и судебные, общие места на «до, во время и после». Он также отделил риторику от диалектики, определяя при этом силлогизм как порождение индукции и рационализации [Miller et al. 1973: 88]. Все эти подходы, как уже было отмечено выше, сместили инвенцию в область логики.

С развитием в Средние века трех новых риторических искусств (ведения переписки, проповеди и поэзии) топика превратилась в инструмент для запоминания, расширения и описания материала для данных типов риторики. В хорошо известном труде «Искусство переписки» (*Rationes dictandi*) анонимного болонского автора добрые намерения пишущего рекомендуются выражать посредством соответствующих приветствий и правильного конструирования темы. Джеффри Винсофский, согласно Марти-

ну Камарго, связывал композицию письма с энтимемой, дивизией и дефиницией [Camargo 1988: 176–177]. Роберт Бейсворнский в «Форме проповеди» (*Forma praedicandi*) отстаивал идею о необходимости инвенции тем для проповеднической топики и описывал «хорошую инвенцию темы, как торжество: она дарует полное понимание, основанное на неизменном тексте Библии, содержит в себе только три утверждения (или менее) и хорошо согласуется с этими утверждениями, а также заключает тему, которая может служить антетемой или протемой» [Murphy 1974: 348]. Дж. Мерфи также подробно писал о том, что для Алана Лилльского Священное Писание было «двойным источником инвенции», т. е. источником идей, которые можно представить слушателям, и цитат, которыми можно их подкрепить [Murphy 1974: 309]. Алан Лилльский также в значительной степени полагался на примеры и авторитеты [Murphy 1974: 306].

В поэтическом искусстве инвенционные практики претерпели трансформации. Говоря о влиянии Джеффри Винсофского на Роберта Генрисона, Роберт Киндрик отмечал, что «упор на делиберативность и упорядоченность» Джеффри Винсофского «стимулировал интеллектуальный подход к инвенции» [Kindrick 1993: 61]. Киндрик полагал, что ему удалось расширить грамматические указания до такой степени, что они превратились в инвенцию, которая, в свою очередь, стала более ориентированной на содержание и жанровую специфику.

По мнению Р. МакКиона, риторическая инвенция оказала влияние и на теологию, предложив ей методы толкования Священного Писания. Например, формальные методы были соотнесены с тремя тактиками прочтения священных текстов: аллегорической, моральной и аналогической. Августинское же деление на вещи и символы использовалось для решения теоретических проблем [McKeon 1965: 178]. Таким образом, «нахождение» стало пониматься буквально [McKeon 1965: 178].

Позднее риторическая инвенция сформировала схоластический метод: сначала задавались вопросы и выявлялись очевидные противоречия; затем при помощи топики начинали распутывать теоретические проблемы: исследовались причинно-следственные связи, давались определения и т. д. Важную роль для этого метода играли изречения и сентенции авторитетов [McKeon 1965: 197–198]. Р. МакКион также считал, что риторическая инвенция в эпоху Средневековья сформировала логику: старая логика использовала топику для изобретения, а аналитику для вынесения суждений; новая же разделяла логику и диалектику, превращая риторику в двойника диалектики и разграничивая научные и вероятные доказательства [McKeon 1965: 191]. В Средние века топики служила источником вдохновения для научного метода и средством обнаружения вещей, но не аргументов.

На Востоке арабские философы и риторы, такие как аль-Фараби, Авиценна и Аверроэс, писали комментарии к эллинистическим риторикам,

уделяя особое внимание риторике Аристотеля. Аверроэс использовал в своих комментариях исламские примеры [Schaub 1996]. Все три философа размышляли не только над религиозными вопросами о природе Бога, первопричине и телесном воскресении, но и рассуждали о возможности с помощью риторики обращать людей в веру и поддерживать согласие внутри общества. Тем не менее эти мыслители считали «диалектику более “верным”, чем риторика, способом отыскать и донести истину» [Schaub 1996: 241]. Однако Баттерворт не соглашался с такой позицией: он указывал, что Аверроэс особое внимание уделял исследовательскому потенциалу риторики [Schaub 1996: 242], особенно в поисках ответа на вопрос, что можно допускать как «истинное» в религиозном обществе [Schaub 1996: 246].

Ренессансные концепции инвенции

Классическая риторика возродилась в эпоху Ренессанса, и тогда вновь разгорелись споры относительно природы инвенции, ее цели и эпистемологии. В «Искусстве риторики», первой полной риторической работе на английском языке, Томас Уилсон описал несколько классических инвенциональных стратегий, но проигнорировал остальные. Предполагается, что его риторика, выдержавшая восемь изданий, была написана в качестве наставления молодым людям, которые служили в адвокатских палатах [Ong 1968: 54]. Уилсон включил в судебную риторику стасис не как начальный этап постановки вопроса, а как установление главной мысли, которая вращается вокруг классических категорий предположительного, законного и судебного [Wilson 1994: 120–124]. В демонстративную (эпидейктическую) риторику он включил специальные топосы человека, действия и вещи [Wilson 1994: 54–65], отсылая читателей к своему логическому трактату, в котором описаны общие топосы, такие как дефиниция, причина, часть и смежность вещей [Wilson 1994: 30]. Для делиберативного дискурса (письмо к соседу) он предлагал другую версию специальных топосов: честное, выгодное, приятное, легкое, трудное и необходимое [Wilson 1994: 70–78]. Для судебного дискурса Уилсон перечислил разнообразные топосы, соответствующие каждому типу стасисов:

- предположительное: власть, время, присутствие и т. д.;
- законное: дефиниция, противоречия, двусмысленность и т. д.;
- судебное: природа, закон, традиция, допущение и т. д. [Wilson 1994:

125–132].

Уилсон также перечислил пафосные [Wilson 1994: 100–103] и специальные этосные топосы, которые следовало использовать в начале текста, чтобы выразить добрые намерения [Wilson 1994: 133–139]. Примечательно, что Уилсон не упоминает энтимемы, например, когда рассуждает об эпистемологии. Луи Эгнью придерживался точки зрения, что его риторика была инструментом, который позволял связать мудрость с красноречием и тем самым создать некое знание.

В то время как Уилсон адаптировал классические и средневековые инвенциональные практики к современным ему условиям, Петр Рамус доказывал, что инвенция принадлежит логике. В своем трактате «Логика» он перечислил топосы из ключевых логических текстов, схематично описал пропозицию и силлогизм, а также изложил собственный метод движения от общего к частному с использованием дефиниций и примеров, который мог быть использован во всех текстах и быть полезен для обучения. В «Риторике», написанной вместе с Омером Талоном, он рассматривал только вопросы стиля (см. изд.: [Fenner 1966]). Как объяснял Уолтер Онг в работе «Риторика, роман и технологии», Рамус значительно упростил сложные дискурсивные практики и сосредоточился на анализе моделей, которые позволяли найти что сказать. В книге «Рамус, метод и упадок диалога» Онг так описал это выхолащивание риторики и инвенции: «Подобное маневрирование между источниками позволяет Рамусу то одни, то другие аспекты своей диалектики связать с классической античностью. Но он нигде не объясняет своей бесцеремонной избирательности, и это, в свою очередь, отражается на всей его работе. Нет никакой когнитивной, коммуникативной или логической структуры, которая бы внутренне организовывала этот набор элементов и позволяла осмыслить его теоретически» [Ong 1958: 43].

Однако влияние Рамуса было доминирующим, а потому, по мере того как развивался Ренессанс, другие авторы риторических трактатов игнорировали инвенцию и занимались исключительно фигурами и тропами. Среди таких работ можно назвать «Трактат о схемах и тропах» Шерри, «Сад красноречия» Пичема и «Аркадскую риторику» Фронса.

В 1701 г. Мэри Эстел во второй части работы «Серьезное предложение» изложила логический метод и искусство риторики, подходящее для женщин и основанное на беседах с соседями. Вслед за Петром Рамусом она помещает инвенцию в ведение логики и развивает свой собственный метод рассуждения, который строится на тщательном определении вопроса; приобретении знаний о предметах и используемых терминах; исключении всего незначительного; организации мыслей от простых к сложным; разделении предмета на части для изучения таким образом, чтобы ни один аспект не остался неисследованным; концентрации на предмете без каких-либо отклонений; трактовке истины как очевидного и известного всем (однако в некоторых случаях остается необходимость довольствоваться только вероятностью) [Donawerth 2002: 101]. Риторика Эстел была нацелена на ослабление эмоций у слушателей, с тем чтобы они могли непредвзято подойти к предмету [Donawerth 2002: 101].

В период позднего Ренессанса Фрэнсис Бэкон в работе «Распространение образования» связывал риторическую инвенцию с нахождением известного; создание же нового знания становилось прерогативой наук. Не приводя аргументов, Бэкон писал: «Изобретение речи и аргументов не яв-

ляется собственностью инвенции, так как “изобретать” означает находить что-то ранее неизвестное, а не заново получать известное. Инвенция работает на основе знания, которым уже владеет наш ум, она призвана продемонстрировать то, что уместно для рассмотрения вопроса. Таким образом, инвенции как таковой не существует, но есть вспоминание и указание, которые можно применить... но так как у этого явления уже есть имя, то пусть оно будет называться инвенцией» [Vacon 1952: 58].

Положение субъектов

На протяжении периода второй софистики, Средневековья и эпохи Ренессанса авторами всё чаще становились женщины. Хотя они не составляли трактаты об инвенции, они использовали ее плоды в своих работах.

В период второй софистики женщины-писатели работали в самых разных жанрах. Гипатия Александрийская, философ, астроном и математик, создавала научные трактаты. Памфилия под именем мужа написала тридцать три книги по истории [Anderson, Zinsser 1988]. Перед тем как погибнуть на римской арене, Вида Перпетуа описала дни, проведенные в африканской тюрьме [Anderson, Zinsser 1988; Thiebaut 1994]. Эгерия вела путевой дневник [Snyder 1989; Thiebaut 1994]. Амаласунта Итальянская писала письма, адресованные императору Юстиниану и римскому сенату, а Дуода Юзеская составила книгу наставлений для своего сына [Thiebaut 1994] (см. также: [Donawerth 2002, 1998, 1990]).

В Средние века женщин-писателей стало больше. Лиола Английская оставила после себя письма и стихотворения [Thiebaut 1994]. Хрсовита Гандерсгеймская – жизнеописания святых, драматические и эпические произведения. Мария Французская – три книги о куртуазной любви. Хильдегарда Бингенская была автором драматических и лирических произведений, двух книг о созданном ею искусственном языке; она составляла экзегезы псалмов и жизнеописания святых, писала письма королям, архиепископам, аббатам и аббатисам. Элоиза оставила после себя письма, в которых цитировала Ветхий и Новый Завет, труды отцов церкви и классических авторов; в собрании ее писем «Problemata» поднимались вопросы о божественном законе, правосудии, милосердии и противоречиях в Евангелиях. Юлиана Норвичская создавала теологические трактаты; Марджери Кемп написала духовную автобиографию, а Кристина Пизанская – множество баллад, эпистол и биографий [Glenn 1997, 1995; Sutherland, Sutcliffe 1999; Ward 1999; Barratt 1992; Ferrante 1980; Wilson 1984; Vitz 1989].

В эпоху Ренессанса женщины-писатели стали играть более значимую роль. В Италии Изотта Ногарола составляла речи, письма и поэтические тексты; Лаура Черета в своих письмах писала о смерти мужа и отвечала на критику общества; Кассандра Феделе выступала с речами и писала на латыни; Гаспара Стампа издала собственные поэтические тексты, а

Антония стала автором религиозных пьес, написанных на национальном языке.

В Англии Маргарет Мор Ропер оставила комментарии к работам Эразма Роттердамского; Джейн Ангер написала послание «К благородным женщинам Англии», а Энн Аскью – книгу о пытках, которым подверглась. Мэри Эстел была автором политических памфлетов, выступала в защиту права женщин на образование и полемизировала с Джоном Локком; Элизабет Гримстон оставила размышления, представляющие собой научный синтез работ отцов церкви и Священного Писания; а Элизабет Ричардсон составила два сборника молитв. Книгу об уходе за детьми написала Элизабет Клинтон, а Дороти Ли – работу «Материнское благословение», в которой давала советы своим детям и говорила о ценности женщин.

Кроме того, множество работ создали женщины, которые находились при английском дворе, например Катерина Арагонская, королева Елизавета, принцесса Мария, Анна Болейн, Екатерина Пэпп [Glenn 1997; Herberg 1999; King, Rabil 1983; Miguel, Schiesari 1991; Redfern 1995; Sutherland 1995; Tebeaux, Lay 1995; Travitsky 1981; Willard 1984].

Вывод

В Римской империи периода второй софистики инвенция редко служила эпистемологическим целям, сфера ее применения сузилась до торжественного красноречия. В эпоху растущего влияния христианства риторы искали способы примирить риторику с верой и применяли ее герменевтически, т. е. для толкования Священного Писания.

В Средние века инвенция раскололась на части и проникла в другие сферы; в новых видах дискурса она играла разные роли. Интерпретирование по-прежнему доминировало над исследованием и логикой, а диалектика с ее «истиной» затмевала риторику с ее «вероятностью». Классические стасисы и топосы трансформировались для нужд новых жанров. Эпистемологическая функция риторики фактически исчезла, открыв тем самым дорогу теологии и зарождающемуся научному методу.

В эпоху Ренессанса классическая инвенция была адаптирована для национальных культур, как это можно видеть из риторики Томаса Уилсона – первой полной риторики на английском языке. Несколько ранее Петр Рамус отнес риторическую инвенцию к логике и оставил риторике лишь вопросы стиля и акции. Решающий удар риторике нанес Фрэнсис Бэкон, когда заявил, что она лишь восстанавливает в памяти уже известное, в то время как наука с помощью индукции создает новое знание.

Список литературы / References

- Anderson, B., Zinsser, J. (1988), *A History of Their Own: Women in Europe from Pre-history to the Present*, New York, Harper and Row publ., 591 p.
- Augustine (1958), *On Christian Doctrine*, trans. by D.W. Robertson Jr., New York, Liberal Arts Press, xxii, 169 p. (Library of Liberal Arts, 80).

- Bacon, F. (1952), *Advancement Of Learning, Novum Organum, New Atlantis*, ed. M. Adler, Chicago, Encyclopædia Britannica, 214 p. (Great Books of the Western World, Vol. 30).
- Barratt, A. (Ed.) (1992), *Women's Writing in Middle English*, London, Longman Annotated Texts, 344 p.
- Camargo, M. (1988), Toward a Comprehensive Art of Written Discourse: Geoffrey of Vinsauf and The Ars Dictaminis. *Rhetorica*, Vol. 6, Iss. 2, pp. 167-194. DOI: 10.1525/rh.1988.6.2.167.
- Donawerth, J. (2002), *Rhetorical Theory by Women before 1900*, New York, Rowan and Littlefield publ., 337 p.
- Donawerth, J. (1998), Conversation and the Boundaries of Public Discourse in Rhetorical Theory by Renaissance Women. *Rhetorica*, Vol. 16, Iss. 2, pp. 181-199. DOI: 10.1525/rh.1998.16.2.181.
- Donawerth, J. (1990), Bibliography of Women and the History of Rhetoric. *Rhetoric Society Quarterly*, Vol. 20, Iss. 4: Essays in Honor of George Yoos, pp. 403-414. DOI: 10.1080/02773949009390902.
- Eden, K. (1990), The Rhetorical Tradition and Augustinian Hermeneutics in De Doctrina Christiana. *Rhetorica*, Vol. 8, Iss. 1, pp. 45-64. DOI: 10.1525/rh.1990.8.1.45.
- Fenner, D. (1966), *The Artes of Logike and Rhetorike, plainelie set foorth in the Englishe tounge (1584)*, ed. R. Pepper, Gainesville, FL, Scholars' Facsimiles and Reprints.
- Ferrante, J. (1980), The Education of Women in the Middle Ages in Theory, Fact, and Fantasy. Labalme, P. (Ed.) *Beyond Their Sex: Learned Women of the European Past*, New York, New York University Press, pp. 9-42.
- Glenn, C. (1997), *Rhetoric Retold: Rendering the Tradition From Antiquity through the Renaissance*, Carbondale, IL, Southern Illinois University Press, 248 p.
- Glenn, C. (1995), Reexamining The Book of Margery Kempe: A Rhetoric of Autobiography. Lunsford, A. (Ed.) *Reclaiming Rhetorica*, Pittsburgh, PA, University of Pittsburgh Press, pp. 53-72.
- Herberg, E. (1999), Mary Astell's Rhetorical Theory: A Woman's Viewpoint. Sutherland, Ch., Sutcliffe, R. (Eds.) *The Changing Tradition: Women in the History of Rhetoric*, Calgary, Alberta, University of Calgary Press, pp. 147-158. DOI: 10.2307/j.ctv6gqv4f.15.
- Kennedy, G. (1999), *Classical Rhetoric in Its Christian and Secular Tradition from Ancient to Modern Times*, Chapel Hill, NC, University of North Carolina Press, 308 p.
- Kennedy, G. (1983), *Greek Rhetoric under the Christian Emperors*, Princeton, NJ, Princeton University Press, 333 p.
- Kindrick, R. (1993). *Henryson and the Medieval Arts of Rhetoric*, New York, Garland Publ., 360 p. DOI: 10.4324/9781315861838.
- King, M., Rabil, A. (Eds.) (1983), *Her Immaculate Hand: Selected Works by and about the Woman Humanists of Quattrocento Italy*, Binghamton, NY, Medieval and Renaissance Texts and Studies, 167 p.
- Kinneavy, J. (1987), *Greek Rhetorical Origins of Christian Faith*, New York, Oxford University Press, 186 p. DOI: 10.2307/1873788.

- La Tourneau, M. (1987), General and Specific Topics in the De Baptismo of Tertullian. *Rhetorica*, Vol. 5, Iss. 1, pp. 87-105. DOI: 10.1525/rh.1987.5.1.87.
- Leff, M. (1983), The Topics of Argumentative Invention in Latin Rhetorical Theory from Cicero to Boethius. *Rhetorica*, Vol. 1, Iss. 1, pp. 23-44. DOI: 10.1525/rh.1983.1.1.23.
- Lewry, P.O. (1983), Rhetoric at Paris and Oxford in the Mid-Thirteenth Century. *Rhetorica*, Vol. 1, Iss. 1, pp. 45-64. DOI: 10.1525/rh.1983.1.1.45.
- McKeon, R. (1965), Rhetoric in the Middle Ages. Schwartz, J., Rycenga, J. (Eds.) *The Province of Rhetoric*, New York, Ronald Press, pp. 172-211.
- Miguel, M., Schiesari J. (Eds.) (1991), *Refiguring Woman: Perspectives on Gender and the Italian Renaissance*, Ithaca, Cornell University Press, 285 p.
- Miller, J., Prosser, M., Benson, T. (1973), Commentary. Cassiodorus, 'Institutiones Divinarum et Saecularium Litterarum, II.2: 'On Rhetoric'. Miller, J., Prosser, M., Benson, T. (Eds.) *Readings in Medieval Rhetoric*, Bloomington, IN, Indiana University Press, pp. 77-78.
- Murphy, J. (Ed.) (1974), *Rhetoric in the Middle Ages: A History of Rhetorical Theory from Saint Augustine to the Renaissance*, Berkeley, CA, University of California Press, 404 p.
- Ong, W. (1958), *Ramus, Method, and the Decay of Dialogue: From the Art of Discourse to the Art of Reason*, Cambridge, MA, Harvard University Press, 436 p.
- Ong, W. (1968), Tudor Writings on Rhetoric. *Studies in the Renaissance*, Vol. 15, pp. 39-69. DOI: 10.2307/2857004.
- Redfern, J. (1995), Christine De Pisan and the Treasure of the City of Ladies: A Medieval Rhetorician and Her Rhetoric. Lunsford, A. (Ed.) *Reclaiming Rhetorica*, Pittsburgh, PA, University of Pittsburgh Press, pp. 73-92.
- Schaub, M. (1996), Rhetorical Studies in America: The Place of Averroës and the Medieval Arab Commentators. *Journal of Comparative Poetics*, No. 16, pp. 233-254. DOI: 10.2307/521837.
- Snyder, J. (1989), *The Woman and the Lyre*, Carbondale, IL, Southern Illinois University Press, 199 p.
- Stump, E. (Ed.) (1978), *Boethius's De topicis differentiis*, Ithaca, NY, Cornell University Press, 264 p.
- Sutherland, C. (1995), Mary Astell: Reclaiming Rhetorica in the Seventeenth Century. Lunsford, A. (Ed.) *Reclaiming Rhetorica*, Pittsburgh, PA, University of Pittsburgh Press, pp. 93-116.
- Sutherland, Ch., Sutcliffe, R. (Eds.) *The Changing Tradition: Women in the History of Rhetoric*, Calgary, Alberta, University of Calgary Press, 303 p. DOI: 10.2307/j.ctv6gqv4f.
- Tebeaux, E., Lay, M. (1995), The Emergence of the Feminine Voice, 1526-1640: The Earliest Published Books by English Renaissance Women. *Journal of Advanced Composition*, Vol. 15, no. 1, pp. 53-81.
- Thiebaux, M. (Ed. and trans.) (1994), *The Writings of Medieval Women: An Anthology*, New York, Garland publ., 536 p.
- Travitsky, B. (Ed.) (1981), *The Paradise of Women: Writings by Englishwomen of the Renaissance*, Westport, CN, Greenwood publ., 283 p.

- Vitz, E. (1989), *Medieval Narratives and Modern Narratology*, New York, New York University Press, 238 p.
- Ward, J. (1999), Women and Latin Rhetoric from Hrotsvit to Hildegard. Sutherland, Ch., Sutcliffe, R. (Eds.) *The Changing Tradition: Women in the History of Rhetoric*, Calgary, Alberta, University of Calgary Press, pp. 121-132. DOI: 10.2307/j.ctv6gqv4f.13.
- Willard, C. (1984), *Christine de Pizan: Her Life and Works*, New York, Persea Books, 280 p.
- Wilson, K. (Ed.) (1984), *Medieval Women Writers*, Athens, GA, University of Georgia Press, 366 p.
- Wilson, T. (1994), *The Art of Rhetoric (1560)*, ed. P. Medine, University Park, PA, Pennsylvania State University Press, 290 p.
- Zhao, H. (1990), *Wen Sin Diao Long: An Early Chinese Rhetoric of Written Discourse*, Diss, Purdue University, 1990, 211 p.

**INVENTIONAL ISSUES IN SECOND SOPHISTIC, MEDIEVAL,
AND RENAISSANCE RHETORICS (RUSSIAN TRANSLATION
OF THE EXTRACT FROM JANICE M. LAUER BOOK
“INVENTION IN RHETORIC AND COMPOSITION”)**

J.M. Lauer

Purdue University (West Lafayette, USA)

Abstract: This text is a Russian translation of an extract from Janice Lauer’s book “Invention in Rhetoric and Composition” (West Lafayette, IN, Parlor Press, The WAS Clearinghouse, 2004). The piece is devoted to inventional issues in the Second Sophistic, medieval, and Renaissance periods. The author analyses changes in invention during the spread of Christianity and the role of invention in interpreting the Scriptures. Various approaches of medieval encyclopedists to the understanding of argumentation and epistemological invention are being observed along with the state of rhetoric in the Renaissance period when invention was attributed to logic and rhetoric dealt only with the issues of style and delivery. The text is focused mainly on rhetorical works by European authors, but there are also mentioned rhetorical texts by Chinese and Arab rhetoricians and philosophers, e.g. Liu Xie, al-Farabi, Avicenna, and Averroës. The particular attention is paid to female writers who employed the achievements of inventional theory and composed a wide range of works from scientific treatises and exegeses to plays in the vernacular and political pamphlets. In the final part of the extract, it is concluded that medieval attempts to reconcile rhetoric with Christian faith resulted in the hermeneutic use of rhetoric which, in its turn, was further split into parts and lost its epistemological function. During the Renaissance period authors of rhetorical treatises frequently ignored invention and focused on tropes and figures instead.

Key words: rhetoric, invention, rhetorical history, sophistics, epistemology, argumentation, Middle Ages, Renaissance.

For citation:

Lauer, J.M. (2020), Inventional issues in Second Sophistic, Medieval, and Renaissance rhetorics (Russian translation of the extract from Janice M. Lauer book “Invention in Rhetoric and Composition”). *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 3, pp. 501-514. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(3).501-514. (in Russian).

About the author:

Lauer (Rice), Janice M., Distinguished Professor at the Perdue University, a recognized expert in rhetoric, member of The Rhetoric Society of America (RSA) and an author of numerous works on rhetorical invention and historical rhetoric

Corresponding author:

Postal address: 610, Purdue Mall, West Lafayette, Indiana, 47907, USA

E-mail: editor@parlorpress.com

About translator:

Bondareva, Anna Alexandrovna, PhD student at the Institute of Philology, Journalism and Cross-Cultural Communication of the Southern Federal University

Corresponding translator:

Postal address: 93, Universitetskii per., Rostov-on-Don, 344006, Russia

E-mail: bondareva-anna@yandex.ru

Acknowledgements

We would like to express our sincere gratitude to the author of the monograph Prof. Janice M. Lauer (Rice) and CEO of Parlor Press Prof. David Blakesley for permission to translate and publish the material

Received: February 26, 2020

Revised: March 3, 2020

Accepted: August 13, 2020

ТРОЯНСКИЙ КОНЬ ЭПИДЕЙКТИЧЕСКОГО КРАСНОРЕЧИЯ: К ТЕОРИИ ПРОПАГАНДЫ

Г.Г. Хазагеров

Южный федеральный университет (Ростов-на-Дону, Россия)

Аннотация: В статье феномен пропаганды рассматривается под углом экологии культуры. Гипотеза состоит в том, что долго длящаяся пропаганда, во-первых, разрушает самое себя, во-вторых, оказывает отрицательное влияние на коммуникативную культуру как таковую. Дается риторическое определение пропаганды, возводящее ее к разновидности эпидейктического красноречия. Отвергается возможность определить пропаганду, игнорируя количественный аспект. Количественный аспект затрагивает не только интенсивность пропаганды, но и ее экспансию в несвойственные ей области – проникновение в мир судебных и совещательных речей. Долгое функционирование пропаганды сталкивается с двумя проблемами. Являясь видом торжественного красноречия, пропаганда со временем исчерпывает ресурс «торжественности», ресурс высокого стиля и экстраординарности речи. Вторая проблема заключается в том, что неудержимая экспансия пропаганды вызывает к жизни логику доказательства от противного, что дезавуирует контент пропаганды. Вместе с тем долго функционирующая пропаганда разрушает коммуникативную культуру, причем это воздействие носит пролонгированный характер и может продолжаться уже после того, как пропаганда прекращена. Разрушительное воздействие происходит в двух направлениях: оно деформирует систему речевых жанров и способствует распространению речевой агрессии.

Ключевые слова: пропаганда, эпидейктическое красноречие, риторика, культура, речевая агрессия.

Для цитирования:

Хазагеров Г.Г. Троянский конь эпидейктического красноречия: к теории пропаганды // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 3. С. 515–528. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(3).515-528.

Сведения об авторе:

Хазагеров Георгий Георгиевич, доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой русского языка, член Британского общества славистов (BASEES)

Контактная информация:

Почтовый адрес: 344006, Россия, Ростов-на-Дону, Университетский пер., 93

E-mail: khazagerov@gmail.com

Дата поступления статьи: 21.03.2020

Дата рецензирования: 23.03.2020

Дата принятия в печать: 13.08.2020

1. Эпидейктическое красноречие за пределами античного мира

Аристотель, основатель теории убеждающей речи, выделил три вида таких речей: судебные, совещательные и эпидейктические. Судебные предполагают рассмотрение события, которое уже произошло, как это происходит при рассмотрении судебных казусов, но не только при них. Совещательные предполагают выработку решений относительно поведения в будущем, как это бывает на совещаниях, но не только на них. Оба вида предполагают обсуждение, возможную полемику. Эпидейктическая (торжественная, показательная, церемониальная) речь обсуждения не предполагает. Проще всего почувствовать ее отличие от судебных и совещательных речей можно на примере современной юбилейной речи.

«Дело речей совещательных склонять или отклонять... Что же касается судебных речей, то дело их – обвинять или оправдывать... Дело эпидейктической речи – хвалить или порицать» [Аристотель 1978: 25]. Таким образом, эпидейктическая речь постулятивна по своей природе, она дает оценку, расточает хулу или похвалу. Она не состязательна, но направлена на консолидацию аудитории. «Эпидейктизм призывает нас к консолидации со своим сообществом, к осознанию увиденного, и это вдумчивое созерцание образует нашу память»¹ [Rosenfeld 1980: 133]. Прокурор обвиняет, но ему возражает другой участник судебной речи – защитник. Тот участник совещательного красноречия, который «склоняет», состязается с тем, который «отклоняет». Но в эпидейктическом мире диалога не происходит. Юбиляра хвалят, но в ответ не предполагается услышать ругань в его адрес. Врагов проклинают, но ответный панегирик в адрес врагов не предполагается.

Считается, что эпидейктическое красноречие предшествует судебному и совещательному [Walker 2000], и это естественно, так как церемонии и ритуалы предшествуют развитию таких сложных институтов, как суд или парламент. Каждая национальная культура так или иначе проходит начальный период развития публичного слова, когда исключительно господствует торжественное слово. Так было и с древнерусским красноречием.

¹ Здесь и далее перевод цитат выполнен мной. – *Примеч. авт.*

Трихотомия Аристотеля и сегодня выглядит убедительно: существуют адискурсивные, консолидирующие речи, и существуют два вида речей дискурсивных, связанных с обсуждением того, что случилось, или того, что должно произойти. Х. Перельман и Л. Ольбрехт-Тытека в своей знаменитой работе писали: «Эпидейктический оратор близок к педагогу. Ибо то, что он собирается сказать, не вызывает возражений, не затрагивает практический интерес, не касается вопроса о нападении и защите, а просто продвигает ценности, разделяемые сообществом» [Perelman, Olbrechts-Tyteca 1969: 52].

Позже в истории возникали новые жанры убеждающих речей, которых не мог знать Аристотель, но это не мешает пользоваться его трихотомией. Так, христианская проповедь явно относится к эпидейктическим речам. Сюда же будут относиться и различные дидактические жанры – поучения, то, что называют учительным красноречием. Собственно, в приведенном выше пассаже и показана связь эпидейктизма с дидактикой.

Пропаганда – явление нашего времени, но и ее мы уверенно отнесем к эпидейктическому роду. Ее задача – хвалить или порицать, постулировать определенные оценки и консолидировать вокруг них аудиторию. Диалог с пропагандой невозможен. Возможна лишь контрпропаганда или критика пропаганды. Контрпропаганда действует теми же методами, что и сама пропаганда¹. А критика пропаганды представляет собой обыкновенную аналитику, предполагающую полемику, т. е., по сути, разновидность судебных речей. Ни та, ни другая не выходят за пределы трихотомии Аристотеля.

Так или иначе, но в отличие от речи обвинителя и защитника, входящих в судебный дискурс и соответствующих природе этого дискурса, пропаганда не предполагает диалога. Пропаганда – адискурсивный жанр.

2. Экспансия пропаганды

Итак, пропаганда – один из видов эпидейктического красноречия, но это особый вид, и его по праву можно назвать троянским конем внутри этого красноречия.

В отличие от обычных эпидейктических жанров пропаганда имеет ярко выраженную собственную специфику. Прежде всего она настойчива и выходит за пределы одной речи. Когда-то Катон Старший прославился тем, что заканчивал свои речи, о чем бы они ни были, призывом разрушить Карфаген. Для античной риторики это был исключительный случай, но для пропаганды это типично: она подверстывает любой речевой повод под свои нужды.

Как правило, крылатые слова, рожденные в какой-либо прецедентной речи, живут далее за пределами ее повестки и с нею уже не связыва-

¹ Counterpropaganda. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Counterpropaganda>.

ются. Так, если мы цитируем слова Цицерона: «О времена, о нравы!» – мы не отсылаем нашего слушателя напрямую к заговору Катилины. Пропаганда же, занимаясь самоцитацией, всегда сохраняет одну и ту же повестку. Ее лозунги переходят из политических речей в целые автономные тексты, они то разворачиваются, то сворачиваются, поддерживая неизменное «Карфаген должен быть разрушен».

Было бы трудно провести различие между обычной риторикой и пропагандой, если не учитывать навязчивости последней, хотя такие попытки и предпринимаются и даже преобладают. В частности, они собраны в монографии «Пропаганда и убеждение», выдержавшей несколько изданий. Вот как авторы определяют пропаганду: «Пропаганда – эта форма общения, которая пытается добиться реакции, соответствующей желаниям пропагандиста» [Jowett, O'Donnell 2020: 1]. Это определение не позволяет отделить пропаганду от других видов убеждающих речей. Интенция убедить присутствует в каждой такой речи. Авторы противопоставляют пропаганде обычное убеждение: «Убеждение является интерактивным и отвечает потребностям как убеждающего, так и убеждаемого» [Jowett, O'Donnell 2020: 1]. Здесь обращает на себя внимание слово «интерактивный». Это позволяет отсеять от пропаганды судебные и совещательные речи, но ничего не говорит об отношении пропаганды и эпидейктических речей. Крайне трудно относительно эпидейктических речей было бы определить их нужность для слушателей. Ведь это консолидирующие речи. Скажем, некий сектант произносит проповедь, обращаясь ко мне. Ни он, ни я – никто не сможет с уверенностью сказать, нуждаюсь ли я реально в его проповеди или нет. При этом следует понимать, что нет ни одной риторической фигуры, включая когнитивную метафору, выглядящую как продукт двадцатого века, ни одного приема, включая манипуляцию с повесткой дня, характерную для манипулирования в условиях экрана, которых не знала бы и которыми не пользовалась бы классическая риторика.

Повторяющиеся ходы в новостных или рекламных роликах создают обширный контекст самоцитации. Для них понятие опорного текста вообще размыто. Пропаганда действует целыми гипертекстами, построенными на принципах риторической амплификации, известной риторике на уровне построения одного текста. Напомним, что амплификация – характерная черта именно эпидейктического красноречия и состоит в расширении текста при слабом приращении смысла. Для амплификации характерны «избыточность информации, церемониальный размах и возможности запоминания речи» [Latham 1991]. Для пропаганды же избыточность, церемониальность и запоминаемость характерны на макроуровне.

Рассеянное по разным текстам и разным жанрам нагнетание одних и тех же мыслей и составляет сущность пропаганды.

Количественный подход в определении пропаганды не акцентируется, но явно присутствует в определении, данном в энциклопедии Бри-

танника: «Пропаганда есть распространение информации – фактов, аргументов, слухов, полуправды и лжи – с целью влияния на общественное мнение. Пропаганда – это более или менее систематическая попытка манипулировать убеждениями, позициями или действиями людей с помощью символов (слов, жестов, знамен, памятников, музыки, одежды, инсигний, причесок, изображений на монетах и почтовых марках и т. п.)»¹ Ср. также связь пропаганды с «организованным убеждением» [DeVito 1986]. Всем хорошо известна метафора «пропагандистская машина», явно намекающая на «промышленный» характер пропаганды, на штампование и распространение определенных мыслей.

Но сходство с троянским конем не ограничивается тем, что пропаганда настойчиво размножает свое содержание. Сходство подкрепляется тем, что пропаганда совершает экспансию в область, которая ей в принципе принадлежать не должна. Она действует как десант на чужой территории. Что имеется в виду?

У совещательного и судебного красноречия свои задачи, и проникновение на их территорию красноречия эпидейктического ломает их жанры. В суде не место для проповеди, или, во всяком случае, проповедь должна знать свое место в судебной речи и не подменять собой аргументацию. То же и в совещании. Скажем, в научной дискуссии не место торжественным речам, и, если они каким-то образом вклинились в нее, они должны быть дозированы и не должны подменять аргументацию. Но посмотрим, что происходит в тоталитарных государствах, где отмечается такое явление, как показательные процессы, и где многие совещания носят ритуальный характер и далеки от реального обсуждения. Происходит именно экспансия пропаганды в несвойственные ей области.

В показательных процессах суд, вместо того чтобы объективно рассматривать дело, используется как трибуна пропагандиста, а исход дела предreshен заранее. Вспомним, что эпидейктическое красноречие иначе и называется показательным. Если мы обратимся к судебным речам А.Я. Вышинского [Вышинский 1955], мы увидим избыточное для обвинительной речи восхваление советского строя с развернутыми периодами, параллелизмами, анафорами и всеми другими признаками амплифицирующего построения, при котором содержание речи практически не прирастает. В речах главного обвинителя сталинских процессов мы наблюдаем именно то, что Аристотель считал признаком эпидейктического красноречия, – хвалу и порицание. Удельный вес фактической стороны дела уступает удельному весу проклятий в адрес врагов советской власти и восхвалений самой этой власти.

В тоталитарную эпоху происходит деформация и совещательных жанров. Исход «совещания» предreshен, а само оно превращается в ритуал

¹ Encyclopaedia Britannica. URL: <https://www.britannica.com/topic/propaganda>.

хвалы и порицания. Напомним, что еще одно название эпидейктического красноречия – церемониальное красноречие. Скажем, «выборы» на профсоюзных собраниях в советское время превращались в церемонию выбора заранее известных кандидатов, суть же всего, что при этом говорилось, сводилась к тому, что «Карфаген должен быть разрушен», т. е. воспроизводились общие места пропаганды. Например, зачитывалась «характеристика» кандидатов, которая вся состояла из внедряемых в сознание общих мест. Кандидат всегда «ставил общественное выше личного» и т. п.

Все тяжелые последствия тоталитарного периода нашей истории для науки были связаны именно с тем, что научная дискуссия подменялась демонстрацией пропагандистских клише. «Лысенковская наука» побеждала по той единственной причине, что она была удобнее для тиражирования пропаганды марксизма-ленинизма, чем генетика, а сами лысенковцы осознавали себя пропагандистами. Сегодня Т.Д. Лысенко называют пиарщиком и пропагандистом¹. Принцип моделирования в самых разных науках был неудобен для пропаганды марксизма, так как имел нежелательный «идеалистический» привкус. Тот же привкус мешал признать семиотику. Если знак билатерален, то тем хуже для знака.

3. Саморазрушение пропаганды

Есть еще один повод для сравнения пропаганды с троянским коном: всякая пропаганда несет в себе семена собственной гибели. Происходит это по двум различным причинам, но родовая черта пропаганды – ее настойчивость – в обоих случаях служит катализатором разрушения.

Первую причину можно назвать истощением торжественности. Эпидейктическое красноречие по сути своей приурочено к торжественному событию. Первые речи, как мы знаем, произносились на могилах павших героев и в честь победителей в олимпийских состязаниях. Но, когда кампании затягиваются, постепенно возникает дефицит торжественности. Ведь пропаганда не рождается как естественная реакция на конкретное событие, а напротив, старается втянуть все события в свою орбиту. Приходится придумывать новые и новые поводы для праздника или для коллективного ужаса – для того, чтобы экстраординарный стиль эпидейктического красноречия был оправдан. Этим тоталитарная власть занимается постоянно. Но по мере повторения экстраординарность торжественного красноречия выдыхается. «Пятиминутки ненависти» превращаются в рутину.

Лабораторный пример – судьба литературного панегирика восемнадцатого столетия. Восхваление царей в восемнадцатом веке и насильственное поддержание атмосферы праздника породили скепсис в воспри-

¹ Бавырин Д. Чем опасна для России «лысенковщина»? // Взгляд. 2019. 14 июня. URL: <https://vz.ru/society/2019/6/14/982328.html> (дата обращения: 18.03.2020).

ятии панегирических жанров, особенно оды. Деятнадцатый век уже бежал от панегириков. Однако потребности советской пропаганды вновь возрождают жанр панегирика [Руднев 2011], меняется и отношение к этому жанру. Славословия Сталину также напрашивались на пародии, которые и сочинялись, несмотря на смертельную опасность (пародия Марка Тарловского, по-видимому, одна из лучших, см.: [Гаспаров 2000: 31–32]). Эпоха Брежнева запомнилась современникам именно как потускневший праздник. Фотографии майских и ноябрьских демонстраций отлично подтверждают это. В двадцать первом веке дефицит праздника у нас и на Западе восполняется силами профессиональных шоуменов, возможности которых также не беспредельны. Если это пиар-событие, организованное по конкретному поводу, усталость восприятия срабатывать не успевает, но если это пропаганда, т. е. повторение одних и тех же общих мест, под которые подверстываются самые разные пиар-события, – любое шоу выдыхается довольно быстро.

Вторую причину можно назвать доказательством от противного, или отрицательной обратной связью.

Этот эффект неизбежен при тематической экспансии пропаганды, так как интенсификация приводит к нарастанию в ней числа натяжек. Если учитель призовет учеников для удобства счета выучить наизусть произведения чисел – обычную таблицу умножения, он будет вполне убедителен, пока речь идет об однозначных числах. Но, если он предложит выучить таблицу умножения для двузначных, а затем и трехзначных чисел, доверие к нему и выдвинутому им тезису значительно упадет. Это пример искусственный, но в примерах из жизни недостатка нет.

Советская пропаганда утверждала, что наука и искусство носят классовый характер, а литература – даже партийный. Применительно к социальным наукам в это поверить легче, чем применительно к наукам естественным, а принцип партийности литературы легче пропагандировать на примере Льва Толстого, объявленного выразителем идеологии крестьянства, чем на примере Агаты Кристи. Но пропаганда никогда не останавливается на полпути. Согласно известной работе В.И. Ленина 1905 г. [Ленин 1968], этой библии для советских гуманитариев, литература всегда выражает партийные интересы. С натяжкой можно признать это справедливым для литературы политической, но ведь это утверждение распространялось на всю литературу вообще. Так, беллетрист, с этой точки зрения, сознательно уводит пролетариат от решения его насущных задач. Большие сомнения вызывают такие выражения, как «буржуазная» физика, химия или биология, противопоставленные тем же, но «пролетарским» наукам. Экспансия пропаганды оказывается саморазоблачительной.

Классическое доказательство от противного основано на дедуктивных рассуждениях. Скажем, в какой-то момент математический софизм приводит нас к мысли, что сумма углов треугольника больше ста восьми-

десяти градусов, а так как нам заранее известно, что это невозможно, то, следовательно, неверен и ход рассуждения в софизме. Длительная же пропаганда разрушается главным образом из-за того, что против нее начинает работать индукция.

Вот хрестоматийный пример. Самой слабой стороной советской пропаганды, над которой смеялись даже люди, принимающие советскую модель мира, была статистика. Существовала дата, которая впоследствии стала предметом анекдотов, – 1913 год. Все показатели сравнивались именно с этим годом, и вначале в этом была своя логика: это был последний год существования старой России в мирный период. Но если сравнивать количество самолетов по состоянию на семидесятые годы с годом 1913-м, это вызывает улыбку. Возникает простой вопрос: а в других странах меньше ли было произведено самолетов или выработано электричества, чем шестьдесят лет назад? К тому же статистические передержки превратились для советской пропаганды в слишком большой соблазн. Чем дальше было от сакрального 1913 года, чем теснее был связан продукт с современным производством, тем очевиднее была передержка. Где-то следовало остановиться. Но пропаганда не умеет останавливаться хотя бы потому, что связана с инерционной пропагандистской машиной, но главное же потому, что такова ее природа.

Пропаганда исходит не от одного человека, она рекрутирует новых и новых пропагандистов, каждый из которых стремится превзойти другого, и количество натяжек только возрастает. Эффект доказательства от противного неизбежен. Вопрос лишь во времени и уровне тематической экспансии, т. е. в том, какие темы пропаганда охватывает.

4. Пропаганда и культура

Длительное существование пропаганды неизбежно оказывает отрицательное влияние на культуру общения: разрушает систему коммуникативных жанров и подрывает этику общения. Это уже третий аспект, в котором пропаганда действует как троянский конь.

Рассмотрим сначала то, что мы назвали разрушением коммуникативных жанров, и попытаемся показать, что это разрушение имеет пролонгированное действие и продолжает ощущаться уже после исчезновения пропаганды.

Как уже было отмечено, пропаганде свойственна территориальная экспансия. В период советского тоталитаризма она самым активным образом вмешивалась в жизнь художественной литературы. Был основан Союз советских писателей, который действовал как учреждение, реализующее директивы партии, и зорко следил за всеми отклонениями. Те, кто подробно исследовал это явление, приходят к выводу о директивном характере всей советской культуры и называют ее культурой документа [Романенко 2008]. Был учрежден институт присуждения сталинских пре-

мий, в работе которого решающее слово принадлежало самому Сталину [Добренко 1993]. Через эти и другие институты художественная литература становилась площадкой советской пропаганды. Дело было не только в запретах, но и в том, о чем необходимо писать. Оруэлл называл подобный феномен позитивной цензурой [Orwell 1978]. Что означало это для самой литературы?

Фактически это означало деформацию литературных жанров. Рассказ был не совсем рассказом, лирическое стихотворение – не вполне лирическим стихотворением, пьеса – не вполне пьесой. В каком-то смысле это напоминает сочинение акростихов. На первый взгляд, перед нами просто стихотворение, но на самом деле вся суть в первых буквах строк.

Но пропаганда влияла не только на художественную литературу, но и на литературу справочную – прежде всего на толковые словари и энциклопедии. Мне уже случалось специально писать по этому вопросу [Хазагерев 2011]. Подобно тому, как в средневековом «Физиологе» сведения о животных были подчинены задачам нравственной проповеди, в советских энциклопедиях многие темы были продиктованы задачами пропаганды. Дело иногда доходило до курьезов. Так, в толковых словарях тема электричества иллюстрировалась исключительно примерами из колхозной жизни, поскольку надо было представить тему электрификации сельского хозяйства как неоспоримо доказывающую преимущества колхозного строя. В толковых словарях присутствие пропаганды не ограничивалось словником и иллюстрациями. В ряде случаев она ощутима даже в самих дефинициях.

Такая деформация обладает пролонгированным действием по двум причинам. Во-первых, жанрово деформированные тексты никуда не деваются. Так, современные толковые словари по инерции сохраняют неверные дефиниции ряда социальных и политических терминов, таких как «либерализм», «фашизм» и др. Во-вторых, жанровая деформация создала соответствующие прецеденты. Например, избыточное цитирование в научной речи, которое первоначально было вызвано необходимостью процитировать «классиков марксизма-ленинизма», может отчасти объяснить современное «статусное» и «вежливое» цитирование и вообще повышение удельного веса камуфляжа в научном дискурсе.

Другая сторона пролонгированного влияния советской пропаганды на коммуникативное пространство проявляется в речевой агрессии, неумении и нежелании выслушать собеседника. Пропаганда не располагает к повышению коммуникативной культуры, так как не рассчитана на возможные возражения. Она, безусловно, требует определенных умений, но все они лежат в области эпидейктического красноречия. Выпускник советской школы не затруднялся выступить на комсомольском или профсоюзном собрании, но всё, что касалось горизонтальных связей между людьми, тяготело к сниженному языку и не вписывалось даже в «разго-

ворный стиль», который был специально оставлен в системе функциональных стилей именно ради этого случая. Остальные стили были напрямую связаны с государственными институтами. Элементы эпидейктического красноречия проникали даже в деловой стиль, где ритуальная, протокольная сторона господствовала над языком собственно деловых отношений – переговоров, выработки решений. Там, где вырабатывались решения в деловой сфере, господствовал жаргон и даже мат. То же, что принято называть «официально-деловым стилем», обслуживало облечение принятых решений в установленные канцелярские формулы.

Необходимость поддерживать горизонтальные отношения в сфере переговоров и клиентского обслуживания сразу же потребовала новых коммуникативных технологий, которые пришлось заимствовать, что и вызвало к жизни новый язык, от которого коробило представителей старой советской культуры (ср. рассуждения об HR и отделе кадров: [Кронгауз 2009: 43]). В этом наспех созданном и поддержанном тренингами языке действительно много языковых неловкостей, и он, надо признать, действительно не имеет глубоких корней в национальной культуре. Однако, как бы то ни было, язык русских менеджеров уже существует и решает свои функциональные задачи. Иное дело – свободное общение в социальных сетях.

«Общий негативный критический настрой комментариев бросается в глаза», – отмечает профессор Т.И. Стексова [Стексова 2013: 81], и с ней трудно не согласиться. В реакциях на интернет-посты, призванных содержать какую-либо аргументацию, преобладает уход от разбора аргументов собеседника и осуждение и/или оскорбление самого автора поста. Реже встречаются придирки к языку автора поста, к каким-то словам, несущественным для выражения его позиции. В целом господствует то, что в риторике называется статусом отвода. Разбор аргументов, частичная солидаризация с ними, попытка прийти к консенсусу для Рунета нехарактерны. Некоторые пользователи объясняют это анонимностью и отсутствием зрительного контакта с собеседником¹. Но почему это свойство именно Рунета? Трудно не увидеть в этом следы многолетней работы пропаганды, сформировавшей привычку осуждать, а не анализировать.

Советский опыт показал, что пропаганда способна легко пережить собственный контент. Человек существо адаптивное, и он быстро усваивает сами паттерны пропаганды, понимая, что ее «идейное» наполнение – явление преходящее. Психологически трудно представить себе такого конформиста или подхалима, который со сменой начальника и спущенной сверху директивы отказался бы от самого конформизма или подхалимажа. Легче представить себе, что он подстроится под новую директиву. По-ви-

¹ *MennyCalavera*. Речевая агрессия в интернете или Как послать, чтобы не вернуться? // Хабр. 21 нояб. 2014. URL: <https://habr.com/ru/post/363275/>.

димому, можно предположить, что длительное существование активной пропаганды развращает нравы и расшатывает логическое мышление, не говоря уже о коммуникативных навыках. Смена вектора пропаганды только закрепляет лингвистический цинизм. При самой советской власти вектор пропаганды сменялся не раз, подобно тому, как это изображено Оруэллом в романе «1984».

Пропаганда по своей природе – мера экстренная, ее применение оправдано в годы войны и других экстраординарных событий. Долго длящаяся пропаганда порождает коммуникативные уродства и сбои даже в своей собственной работе.

5. Выводы

Чтобы адекватно понять феномен пропаганды, необходимо обратиться к ближайшему родовому понятию, а затем уже установить видовую специфику. Таким понятием является один из видов убеждающих речей – эпидейктические речи. Специфика пропаганды в мире эпидейктических речей может быть определена не качественно, а количественно.

Пропаганда – это настойчивая, выходящая за пределы одного речевого события эпидейктическая речь, характеризующаяся интенсивностью (частотой повторяемости) и экстенсивностью (вторжением в области вещательного и судебного красноречия).

Чем дольше длится пропаганда, тем выше вероятность ее саморазрушения, которое вызывается двумя причинами: исчерпанием ресурса эпидейктичности (праздничности, экстраординарности) и включением логики доказательства от противного, что неизбежно при экспансии пропаганды.

Длительное функционирование пропаганды может иметь серьезные культурные последствия, которые будут сказываться даже после прекращения пропаганды. Одним из таких последствий является деформация системы речевых жанров, другим – речевая агрессия, разрушение навыков конструктивного речевого поведения.

Список литературы

- Аристотель*. Риторика // Античные риторика. М.: Изд-во МГУ, 1978. С. 15–166.
- Вышинский А.Я.* Судебные речи (1923–1938). М.: Госюриздат, 1955. 568 с.
- Гаспаров М.Л.* Записи и выписки. М.: Новое литературное обозрение, 2000. 415 с.
- Добренко Е.* «Запущенный сад величин» (менталитет и категории соцреалистической критики: поздний сталинизм) // Вопросы литературы. 1993. № 1. С. 28–61.
- Кронгауз М.* Русский язык на грани нервного срыва. М.: Знак, 2009. 229 с.
- Ленин В.И.* Партийная организация и партийная литература // Ленин В.И. Полн. собр. соч.: в 55 т. 5-е изд. М.: Изд-во полит. лит., 1968. Т. 12. С. 99–105.
- Романенко А.П.* Советская герменевтика. Саратов: Наука, 2008. 166 с.

- Руднев В.Н. Панегирик как речевой жанр // Вестник Российского нового университета. 2011. № 1. С. 183–188. URL: <http://vestnik-rosnou.ru/pdf/nly2011/p183.pdf> (дата обращения: 18.03.2020).
- Стексова Т.И. Речевая агрессия в интернет-комментариях как проявление социальной напряженности // Политическая лингвистика. 2013. № 3 (45). С. 77–81.
- Хазажеров Г.Г. Саморазрушение тоталитарной риторики: кризис символики (советский опыт) // Социологический журнал. 2011. № 4. С. 69–83.
- DeVito J.A. *The communication handbook: a dictionary*. New York: Harper&Row, 1986. 352 p. DOI: 10.1037/024202.
- Jowett G., O'Donnell V. *Propaganda & Persuasion*. 7th ed. Los Angeles: Sage, 2020. 422 p.
- Lanham R. *A Handlist of Rhetorical Terms*. Barklay; Los Angeles, 1991. 168 p.
- Orwell G. *Literature and Totalitarianism* // *The Collected Essays, Journalism and Letters of George Orwell*: in 4 vol. Harmondsworth: Penguin Books, 1978. Vol. 2: *My Country Right or Left, 1940–1943*. P. 158–164.
- Perelman Ch., Olbrechts-Tyteca L. *The new rhetoric: a treatise on argumentation*. University of Notre Dame Press, 1969. 566 p.
- Rosenfeld L.W. *The Practical Celebration of Epideictic* // *Rhetoric in Transition: Studies in the Nature and Uses of Rhetoric* / ed. E.E. White. University Park, PA: Pennsylvania State University Press, 1980. P. 131–155.
- Walker J. *Rhetoric and Poetics in Antiquity*. Oxford University Press, 2000. 416 p.

References

- Aristotel (1978), *Rhetoric*. *Antichnye ritoriki* [Ancient rhetoric], Moscow, Moscow State University publ., pp. 15-166. (in Russian).
- DeVito, J.A. (1986), *The communication handbook*, a dictionary, New York, Harper&Row publ., 352 p. DOI: 10.1037/024202.
- Dobrenko, E. (1993), “Zapushchennyi sad velichin” (mentalitet i kategorii sotsrealisticheskoi kritiki: pozdnii stalinizm) [“The neglected garden of magnitudes” (mentality and categories of socialist realist criticism: late Stalinism)]. *Issues of Literature*, No. 1, pp. 28-61. (in Russian).
- Gasparov, M.L. (2000), *Zapisi i vypiski* [Records and extracts], Moscow, Novoe literaturnoe obozrenie publ., 415 p. (in Russian).
- Jowett, G., O'Donnell, V. (2020), *Propaganda & Persuasion*, 7th ed., Los Angeles, Sage publ., 422 p.
- Khazagerov, G.G. (2011), Self-reduction of totalitarian rhetoric: crisis of symbols. *Sociological journal*, No. 4, pp. 69-83. (in Russian).
- Kronhaus, M. (2009), *Russkii yazyk na grani nervnogo sryva* [Russian language on the verge of a nervous breakdown], Moscow, Znak publ., 229 p. (in Russian).
- Lanham, R. (1991), *A Handlist of Rhetorical Terms*, Barklay, Los Angeles, 168 p.
- Lenin, V.I. (1968), *Partiinaya organizatsiya i partiinaya literatura* [Party organization and party literature]. Lenin, V.I. *Complete works*, in 55 volumes, 5th ed., Moscow, Political literature publishing house, Vol. 12, pp. 99-105. (in Russian).
- Orwell, G. (1978), *Literature and Totalitarianism*. *The Collected Essays, Journalism and Letters of George Orwell*, in 4 volumes, Harmondsworth, Penguin Books, Vol. 2: *My Country Right or Left, 1940-1943*, pp. 158-164.

- Perelman, Ch., Olbrechts-Tyteca, L. (1969), *The new rhetoric: a treatise on argumentation*, University of Notre Dame Press, 566 p.
- Romanenko, A.P. (2008), *Sovetskaya germeneytika* [Soviet hermeneutics], Saratov, Nauka publ., 166 p. (in Russian).
- Rosenfeld, L.W. (1980), The Practical Celebration of Epideictic. White, E.E. (Ed.) *Rhetoric in Transition: Studies in the Nature and Uses of Rhetoric*, University Park, PA, Pennsylvania State University Press, pp. 131-155.
- Rudnev, V.N. (2011), Eulogy as a speech genre. *Vestnik of Russian New University*, No. 1, pp. 183-188, available at: <http://vestnik-rosnou.ru/pdf/n1y2011/p183.pdf> (accessed date: March 18, 2020). (in Russian).
- Steksova, T.I. (2013), Verbal aggression in Internet comments as manifestation of social tension. *Political Linguistics*, No. 3 (45), pp. 77-81. (in Russian).
- Vyshinskii, A.Ya. (1955), *Judicial speeches (1923-1938)*, Moscow, State legal publishing house, 568 p. (in Russian).
- Walker, J. (2000), *Rhetoric and Poetics in Antiquity*, Oxford University Press, 416 p.

THE TROJAN HORSE OF EPIDEICTIC ORATORY: TOWARD THE THEORY OF PROPAGANDA

G.G. Khazagerov

Southern Federal University (Rostov-on-Don, Russia)

Abstract: In the article, the phenomenon of propaganda is considered from the angle of ecology of culture. The hypothesis is that long-lasting propaganda, firstly, destroys itself, and secondly, has a negative impact on the communicative culture as such. The definition of propaganda as a kind of epideictic eloquence is given in the article. This makes it possible to place the theory of propaganda in the context of the study of rhetoric. Attempts to define propaganda without taken into account the quantitative aspect are challenged. The quantitative aspect concerns not only intensity of propaganda, but also its expansion into an unusual field – penetration into the sphere of judicial and deliberative speeches. Long lasting propaganda faces two challenges. Being a kind of solemn eloquence, propaganda eventually exhausts the resource of “solemnity”, a resource of high style and extraordinary speech. The second problem is the disavowal of propaganda caused by its rampant expansion. This expansion turns into an argument ad absurdum. This effect is prolonged and may continue after propaganda is stopped. However, long-acting propaganda has a devastating effect on the communicative culture, moreover, this effect is prolonged and may continue after the propaganda has been stopped. The destructive effect occurs in two directions: it deforms the system of speech genres and promotes the spread of speech aggression.

Key words: propaganda, epideictic eloquence, rhetoric, culture, speech aggression.

For citation:

Khazagerov, G.G. (2020), The Trojan horse of epideictic oratory: toward the theory of propaganda. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 3, pp. 515-528. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(3).515-528. (in Russian).

About the author:

Khazagerov, Georgy Georgievich, Prof., Head of the Department of Russian Language, member of The British Association for Slavonic and East European Studies (BASEES)

Corresponding author:

Postal address: 93, Universitetskii per., Rostov-on-Don, 344006, Russia

E-mail: khazagerov@gmail.com

Received: March 21, 2020

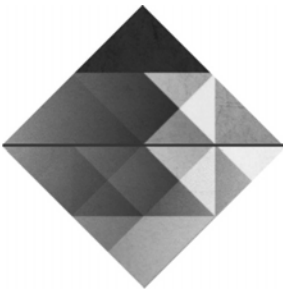
Revised: March 23, 2020

Accepted: August 13, 2020

Раздел II

**СОВРЕМЕННЫЕ
ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ**





Part II

MODERN DISCOURSE PRACTICES

**ИДИОМАТИКА И ЯЗЫКОВАЯ КАРТИНА МИРА
(НА БАЗЕ ЧЛЕНОВ ФРАЗЕОСЕМАНТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ
«КОСМОС» В РУССКОМ ЯЗЫКЕ)**

Л.В. Балашова

*Саратовский национальный исследовательский государственный университет
имени Н.Г. Чернышевского (Саратов, Россия)*

Аннотация: В статье в лингвистическом, когнитивном и культурологическом аспектах анализируются идиомы, включающие в свой состав лексемы из лексико-семантической группы «Космос», т. е. члены фразеосемантической группы «Космос». Цель работы – установить принципы идиоматизации устойчивых сочетаний с близкими по семантике лексемами, основные факторы, влияющие на этот процесс, а также специфику той картины мира, которая репрезентируется указанными фразеологизмами. Материалом исследования послужили толковые, семантические, фразеологические словари и данные Национального корпуса русского языка XXI в. На основе комплексной методики, включающей современные семантические, функционально-стилистические, лингвокогнитивные и лингвокультурологические методы анализа языковых единиц, выявлены языковые и концептуальные факторы, обуславливающие разную степень вовлечения в процесс идиоматизации членов лексико-семантической группы «Космос»; проанализирована семантика фразеологизмов с указанными лексемами и основные концептуальные принципы формирования семантики идиом. Сделан вывод о неоднородности той картины мира, которая отражается с помощью членов фразеосемантической группы «Космос» (обиходные и научные, архаические и современные, интернациональные и этноспецифические компоненты) с преобладанием антропоцентрической, наивной, во многом архаической картины устройства космического пространства.

Ключевые слова: русский язык, идиома, фразеосемантическая группа, языковая картина мира, принципы идиоматизации.

Для цитирования:

Балашова Л.В. Идиоматика и языковая картина мира (на базе членов фразеосемантической группы «Космос» в русском языке) // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 3. С. 531–554. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(3).531-554.

Сведения об авторе:

Балашова Любовь Викторовна, доктор филологических наук, профессор, профессор по кафедре общего и славяно-русского языкознания

Контактная информация:

Почтовый адрес: 410012, Россия, Саратов, ул. Астраханская, 83

E-mail: balashova53@yandex.ru

Дата поступления статьи: 01.04.2020

Дата рецензирования: 08.04.2020

Дата принятия в печать: 13.08.2020

1. Введение

Возросший в последние десятилетия интерес к изучению идиоматики [Алефиренко, Семененко 2018; Балашова 2016; Баранов, Вознесенская 2017; Телия 2006; Burger 2010; Cowie 1998; Fillmore, Kay, O'Connor 1988; Fleischer 1997] во многом объясняется общей антропоцентрической направленностью лингвистики [Апресян 1995; Бабушкин, Стернин 2018; Балашова 2017; Матиенко 2020; Donalies 2009], в частности, «отношением к фразеологизмам не столько как к элементам языковой системы, сколько как к “знакам языка культуры”, отражающим особенности лингвоспецифической картины мира и, соответственно, особенности менталитета народа» [Баранов, Добровольский 2014: 37]. Вместе с тем такого рода исследования представляются дискуссионными в связи с несколькими проблемами. Так, неоднозначно решается вопрос о том, какие типы устойчивых сочетаний и по каким параметрам должны характеризоваться, чтобы установить роль фразеологии в репрезентации языковой картины мира (ЯКМ) (ср.: [Буренкова 2017; Буянова, Коваленко 2012; Веренич 2012; Добровольский 1997; Abraham 1989; Cronk, Schweigert 1992; Schmidt 2012]). Достаточно противоречивыми являются также утверждения о характере той картины мира, которая выражается с помощью фразеологических единиц (ФЕ), и о степени осознанности данной картины носителями языка (ср.: [Баранов, Добровольский 2014; Глушкова 2019; Моисеев 2020]). В частности, во многих работах подчеркивается этноспецифичность картины мира, которая репрезентируется с помощью устойчивых сочетаний номинативного и коммуникативного характера. Более того, ряд исследователей выделяет особую – фразеологическую – картину мира (ср.: [Бабушкин 2011; Георгиева 2016; Маслова 2007]). Другие ученые, не отрицая специфики фразеологической концептуализации действительности, рассматривают данную картину в составе общей ЯКМ (ср.: [Аламшоев 2017; Арсентьева, Семушина 2013; Борщева 2012; Добровольский 2016]). Кроме того, весьма распространенным становится мнение об особой значимости лингвокогнитивного и лингвокультурологического анализа паре-

мый (ср.: [Абакумова 2013; Бредис 2015; Иванова 2006]), тогда как в других работах указывается на продуктивность изучения в этих аспектах ФЕ в узком их осмыслении, прежде всего – идиом (ср.: [Ананьина 2019; Вражнова 2004; Золотых 2013]). Наконец, разные позиции ученые занимают по вопросу о методологии и конкретной методике концептуального (лингвокогнитивного и лингвокультурологического) анализа ФЕ (ср.: [Алефиренко 2016; Баранов, Добровольский 2008; Василенко 2016; Ковшова 2012; Краснобаева-Черная 2018; Телия 1996, 1999; Fraser 1970; Gibbs 1995; Hallsteinsdóttir, Farø 2010]).

В связи с этим актуальным представляется комплексное (лингвистическое, когнитивное и культурологическое) изучение группы фразеологизмов, включающих в свой состав семантически близкие лексемы, т. е. членов одной фразеосемантической группы (ср.: [Белая 2018; Ильясов 2019; Наджим 2016; Наумов 2013; Cacciari, Rumiati, Glucksberg 1992]). Цель работы – установить принципы идиоматизации устойчивых сочетаний с близкими по значениям лексемами, основные факторы, влияющие на этот процесс, а также специфику той картины мира, которая репрезентируется указанными идиомами.

2. Объект, материал и методы исследования

Объектом нашего исследования стала фразеосемантическая группа (ФСГ) «Космос», т. е. идиомы, включающие в свой состав лексемы из лексико-семантической группы (ЛСГ) «Космос». Данная ФСГ представляет интерес для выявления специфики репрезентации ЯКМ с помощью идиоматики по нескольким основаниям. Во-первых, состав и семантика ЛСГ «Космос» предполагает ориентацию на разные картины мира, в том числе на наивную (обиходную) и научную (ср.: [Брагина 2003; Зубрина 2018; Панова 2003]). Во-вторых, идиомы из ФСГ «Космос» достаточно разнообразны по значениям (ср.: [Баранова 2013; Пирманова 2008; Сафина 1998]). В-третьих, достаточно разнообразным оказывается происхождение, время вхождения, внутренняя форма ФЕ и концептуальные принципы идиоматизации, которые также ориентированы на различные картины мира (ср.: «культурная релевантность единиц языка должна поддерживаться их связью с другими семиотическими кодами (в первую очередь с фольклором, мифами, верованиями и т. п.)» [Баранов, Добровольский 2014: 228]).

Материалом исследования послужили данные толковых, семантических, фразеологических словарей современного русского языка [Алефиренко, Золотых 2008; АСРФ 2015; БАС 2004–2017; Бирих 2005; БФСРЯ 2009; МАС 1981–1984; РСС 1998; Саяхова, Хасанова, Морковкин 2000; СТСРЯ 2007; ТСРЯ 2007; Федоров 2008; Фелицына, Мокиенко 1990; ФСРЯ 1994]; состав и семантика членов ЛСГ «Космос» установлены на базе тематических, семантических и толковых словарей; состав и семантика членов ФСГ

«Космос» – на основе сплошной выборки из специализированных и толковых словарей. В качестве иллюстративного материала использовались тексты 2000–2020 гг. из Национального корпуса русского языка (<http://www.ruscorpora.ru/new/search-main.html>).

Методологической базой работы являются антропоцентрический подход к исследованию лингвистических явлений, что обуславливает использование в диалектическом единстве лингвистических, когнитивных и культурологических методов анализа языкового материала. В частности, применяется комплексная методика, включающая современные семантические, лингвокогнитивные и лингвокультурологические методы системно-структурного, прагматического и функционально-дискурсивного анализа языковых единиц.

3. Результаты исследования

3.1. ЛСГ «Космос» как источник идиоматизации

Члены ЛСГ «Космос» активно используются при формировании фразеологических единиц. Они зафиксированы в составе 66 идиом. Однако степень востребованности конкретных единиц из указанной группы далеко не одинаковая.

В целом данная группа, согласно лексикографическим источникам, включает 67 слов и терминологических сочетаний, которые могут быть разбиты на три семантические подгруппы и в которых ярко отражается взаимодействие наивной и научной картин мира (КМ) – с преобладанием научной.

Так, первая подгруппа «Общие обозначения внеземного (космического) пространства» содержит 9 субстантивов, их адъективных дериватов и терминологических сочетаний, которые представляют собой преимущественно заимствованную или калькированную специальную лексику (ср.: *Вселенная, космос, космический, макрокосм (макрокосмос), мироздание, антимир, небесная сфера*). Исключения составляют лишь две общеупотребительные однокоренные лексемы (субстантив *небо* и его дериват-адъектив *небесный*), которые обобщенно характеризуют внеземное пространство с позиции человека, находящегося на земной поверхности, т. е. репрезентируют наивную КМ (ср.: *небо* 'окружающее Землю мировое пространство'). И только эти лексемы включаются в состав 28 идиом: 19 ФЕ с субстантивом; 9 – с адъективом (ср.: *небу жарко; разрази меня силы небесные*).

Вторая подгруппа – «Космические (небесные) объекты» – самая многочисленная в ЛСГ: 37 лексем и устойчивых сочетаний, большинство из которых – иноязычные и калькированные астрономические термины (ср.: *астероид, астероидный, галактика, галактический, комета, кометный, болид, сателлит, протуберанец, черная дыра*). В состав второй подгруппы, в отличие от первой, входит достаточное число общеупотребительных

тельных слов, именующих наиболее заметные на небосводе небесные тела (ср.: *звезда, луна, месяц, солнце*). Данные единицы, занимая диффузную зону между научной и наивной КМ, в большей степени ориентированы на отражение именно последней. Не случайно некоторые из подобных терминов имеют не только дериваты-адъективы (ср.: *звездный, лунный, солнечный*), но и дериваты-диминытивы (ср.: *звездочка, солнышко*). Показательно, что лексемы из этой подгруппы более активно используются при формировании идиом (11 единиц из 37). Но, как и в первой подгруппе, это преимущественно общеупотребительная лексика (субстантивы и, возможно, их дериваты – адъективы и диминытивы), которая также называет наиболее заметные с земли небесные объекты, т. е. ориентирована на отражение наивной КМ (ср.: *солнце, солнышко, звезда, звездный, луна, лунный, месяц*). Эту же КМ репрезентирует единственный книжный субстантив *светило*, обобщенно именующий любое излучающее свет небесное тело, заметное с поверхности земли. Вместе с тем, в отличие от первой подгруппы, три астрономических термина, называющих космические объекты, также фиксируются в русских идиомах. Примечательно, что два из них также именуют наблюдаемые с земли тела: *метеор* ‘мелкие космические тела, излучающие яркий свет при сгорании в атмосфере Земли’, *комета* ‘небесное тело, движущееся по вытянутой орбите вокруг Солнца и имеющее вид туманного пятна с ярким ядром посередине и светящимся хвостом, направленным от Солнца’. Единственным представителем исключительно научной КМ является терминологическое сочетание *черная дыра* (астр.) ‘область в пространстве, возникшая в результате полного гравитационного коллапса вещества, в которой гравитационное притяжение так велико, что ни вещество, ни свет, ни другие носители информации не могут ее покинуть’, которое развивает идиоматические метафорические значения: ‘второстепенное, плохое, неизвестное место’, ‘уменьшение ресурса, затраты’.

Достаточно показательной в концептуальном аспекте является частота включения указанных 11 единиц в состав ФЕ. Лишь три общеупотребительные лексемы, называющие наиболее заметные на ночном небосклоне объекты (*звезда, звездный, луна*), входят в состав нескольких идиом: *звезда* – 14 ФЕ, *луна* – 6 ФЕ, *звездный* – 3 ФЕ (ср.: *звезда первой величины; путеводная звезда; достать с неба звезду; звездный дождь; звездный час; как до луны; под луной*). Остальные члены подгруппы, терминологические и нетерминологические, фиксируются только в единичных идиомах (ср.: *восходящее светило; как молодой месяц; мелькнуть как метеор; как комета; до лунного затмения; за ухо да на солнышко*).

Наконец, третья подгруппа в составе ЛСГ «Космос» – «Небесные пояса, орбиты планет» – содержит 16 лексических единиц и ориентирована почти исключительно на отражение научной КМ (ср.: *апогей, зенит, зенитный, зодиак, орбита, орбитальный, перигей, эклиптика*). Именно это

обуславливает тот факт, что в процесс идиоматизации включаются только 3 астрономических термина, известных большинству носителей языка по школьной программе: *орбита*, *апогей*, *зенит*, – которые фиксируются всего в 7 ФЕ, часть из которых (с субстантивом *орбита*) достаточно позднего происхождения и связана с покорением космоса в середине XX в. (ср.: *выйти на орбиту*; *выводить на орбиту*; *апогей славы*; *достичь апогея*; *быть в зените славы*).

Таким образом, можно констатировать, что среди членов ЛСГ «Космос» в процесс идиоматизации включаются преимущественно те члены, которые ориентированы на отражение наивной КМ и которые называют космические феномены с позиции человека, находящегося на земной поверхности.

3.2. Семантика членов ФСГ «Космос»

Согласно лексикографическим данным, семантика идиом, включающих члены ЛСГ «Космос», достаточно разнообразна и охватывает все основные сферы лексико-семантической системы русского языка, причем некоторые ФЕ являются многозначными¹. Показательной в концептуальном аспекте становится степень регулярности в развитии ФЕ определенных значений. Следует, однако, отметить, что значения многих идиом крайне диффузные и совмещают в себе характеристику феноменов из разных семантических групп, полей и сфер. Например: *царствие небесное* (высок.) ‘выражение сожаления о кончине какого-либо человека’ – «коммуникация» + «эмоциональная реакция» + «физическое состояние человека»; ср.: *Царствие небесное невинно погибшим гражданам России! Будем помнить ту страшную трагедию, чтобы не было новых* (Комсомольская правда (КП). 2012.06.02); *пальцем в небо* (разг., ирон.) ‘о человеке, который говорит или делает что-то невпопад’ – «интеллектуальная деятельность и ее результат» + «поведение человека» + «событийная составляющая деятельности человека»; ср.: *Но если происходят по-настоящему важные события, авторы удачных прогнозов оказываются в меньшинстве. Кто сумел точно предсказать события 2014 года, а кто попал пальцем в небо?* (Русский репортер. 2014. № 48). Вследствие этого распределение по отдельным полям, группам и подгруппам является достаточно условным, но подобное явление – характерная особенность фразеологии и лексико-семантической системы языка в целом.

Как показывает анализ, абсолютное большинство исследуемых идиом (около 75 %) развивают значения из семантической сферы «**Человек**», причем примерно две трети из них включаются в состав семантического поля «**Человек и социум**». Наиболее последовательно с помощью данных идиом дается экспрессивная оценка члена социума по следующим параметрам.

¹ Поскольку многие ФЕ являются многозначными, то общее число лексико-семантических вариантов оказывается больше общего числа членов ФСГ. Отдельные варианты у полисемантического фразеологизма отмечаются подстрочным индексом.

Во-первых, в числе наиболее значимых в семантике исследуемых идиом становится оценочная характеристика жизненных установок, образа жизни; целенаправленной деятельности и ее результатов, а также часто связанного с этим статуса человека в социальной, имущественной, межличностной иерархии (ср.: *как птица небесная* (разг., экспрес.) 'беззаботно, беспечно (жить)'; *коптителъ неба* (устар., презр.) 'никчемный, бесполезный, живущий бесцельно человек'; *восходящая звезда* (экспрес., восторж.) 'человек, который начинает быстро получать признание, славу'; *звезда закатилась* (книжн.) 'о человеке, чьи успехи и чье везение закончились'; *место под солнцем*₁ 'возможность полноценного, полноправного существования'; *путеводная звезда*₂ (книжн., высок.) 'человек, определяющий каким-л. образом чью-л. жизнь, деятельность'; *между небом и землей*₁ (ирон.) 'без жилья, без крова'; *между небом и землей*₂ (ирон.) 'без определенных занятий, в неопределенном положении'. Например: *Красть у него нечего, – объяснил татарин и вздохнул не то с осуждением, не то с завистью к соседу, живущему как птица небесная* (Л. Юзефович. Казароза); *Ты хоть раз задумывался, зачем небо коптишь? <...> Ведь подохнешь где-нибудь в канаве как шелудивый пес, и никто о тебе не вспомнит* (Известия. 2002.02.13); *Его звездным часом стала эпоха накопления капитала. В обществе массового потребления... его архаичная звезда закатилась. <...> В современном обществе его стратегия – фальшива, убыточна* (А. Волков. Да здравствует..!).

Второй характерологический и оценочный параметр – отношение к себе и другим людям; его проявление в поведении, коммуникации и т. п. (ср.: *звездная болезнь* (неодобр.) 'о высокомерном, чванливом поведении лица, пользующегося известностью'; *увидеть небо в алмазах*₂ (ирон.; как угроза) 'получить выговор, выволочку'; *семь верст до небес [и все лесом; и все пехом]*₂ (разг., ирон.) 'очень много наговорить, наобещать'; *за ушко да на солнышко* (разг., экспрес.) 'разоблачив кого-либо, привлечь к ответственности (за махинации, преступления и т. п.)'. Например: *Когда Владимир вернулся в Хакасию после армии, его, конечно, слава догнала. <...> Но он не заболел звездной болезнью, всегда говорил, что выполнял долг* (КП. 2013.04.19); *Я в министерство поеду! Они еще увидят небо в алмазах, падлы!* (А. Житков. Кафедра); *Вы понимаете, что я в любой момент могу всех вытащить за ушко да на солнышко* (Л. Дворецкий. Шакалы).

Значительно реже (около одной трети членов сферы «Человек») исследуемые идиомы пополняют семантическое поле «Психика (интеллект и эмоции)».

В частности, при характеристике интеллекта идиомы обычно дают оценку умственным способностям человека, его знаниям и жизненному опыту, процессу и результатам интеллектуальной деятельности (ср.: *хватать звезды с неба*₁ (экспрес.) 'иметь выдающиеся способности; отличаться дарованием, умом'; *как с луны свалился* (разг., ирон.) 'о человеке,

не знающем очевидного, общеизвестного'; *путеводная звезда*₁ (книжн., высок.) 'руководящая, направляющая мысль, указывающая верное направление в какой-л. области жизни'; *спуститься с небес на землю* (книжн., экспрес.) 'освободиться от иллюзий; начать трезво оценивать реальную действительность'. Например: *Скажите, может ли быть недалекий человек, не хватающий с неба звезд, моральным человеком?* (Интернет-альманах «Лебедь». 2003.05.28); *Учение дон Хуана, описанное Карлосом Кастанедой, сделалось чем-то вроде путеводной звезды для нашего поколения* (Ю. Андреева. Многоточие сборки); *Давайте спустимся с небес российской литературы на грешную землю современной российской школы. Ни один ученик современной школы не ответит сегодня, что такое ямб или хорей* (Российская газета. 2003.03.02); – *Что это? – спросил он. <...> – Ну, ты как с Луны свалился, – удивилась Зинаида Львовна. – За городом горят леса. Сюда дым достает* (А. Троицкий. Удар из прошлого).

При характеристике эмоций акцент обычно делается на позитивных или негативных чувствах, переживаниях и эмоциональных состояниях человека, а также его коммуникативных и иных реакциях, вызванных этими эмоциями (ср.: *небо в алмазах*₂ (ирон.) 'восторженное настроение у кого-л.; ощущение счастья, радости, удовлетворения'; *вить на луну* (разг.) 'о человеке, изнывающем от тоски'; *вопить к небу*₂ (книжн., устар.) 'громко, неистово кричать, возмущаться; вопить'; *небо с овчинку кажется* (прост., экспрес.) 'становится невыносимо страшно, тяжело, опасно'). Например: *Приезжайте в Ленинград, Иосико... мы покажем вам спектакли Достоевского и Блока, вы услышите музыку Розенцвейга и увидите небо в алмазах!* (В. Рецпер. Ностальгия по Японии); *Но мысль о том, насколько этот роман может быть выгодным, с тупой настойчивостью осенней мухи билась в сознание. От этого хотелось вить на луну* (КП. 2008.12.16); *Его именем лет двести еще после этого пугали здешние матери беспокойных своих дитятей – угомонись... а то граф де Мелак придет, небо в овчинку покажется* (А. Макушинский. Город в долине).

Наконец, лишь 4 идиомы из сферы «Человек» пополняют поле «Физиология», экспрессивно характеризую физиологическое состояние человека, а также положение, перемещение в пространстве человека (ср.: *питаться манной небесной* (книжн., ирон.) 'недоедать'; *царствие небесное* (высок.) 'выражение сожаления о кончине какого-л. человека'; *как молодой месяц* (устар.) 'о ком-л., ненадолго появляющемся где-л.'). Например: *Мама влетела как метеор... и с размаху плюхнулась на диван* (А. Жвалевский, Е. Пастернак. Время всегда хорошее).

Согласно лексикографическим источникам, примерно 25 % исследуемых идиом в равной пропорции пополняют две семантические сферы: «Физический мир и его характеристики»; «Абстрактные понятия». Однако семантика таких ФЕ в большинстве случаев антропоцентрична, т. е. так или иначе связана со сферой «Человек». Прежде всего это проявляется

в субъективной (модальной) оценке именуемых физических и абстрактных явлений.

В частности, идиомы из сферы «**Физический мир и его характеристики**» по преимуществу характеризуют положение объекта в пространстве и скорость его перемещения, расстояние между объектами, а также такое природное явление, как осадки в виде дождя (ср.: *под луной* (разг.) 'на Земле, в мире'; *под открытым небом*₂ 'вне помещения'; *семь верст до небес [и все лесом]*₁ (разг., ирон.); *как до луны* 'очень далеко'; *разверзлись хляби небесные* (книжн.) 'о сильном дожде'; *небесная канцелярия*₂ (публ.) 'воображаемая инстанция, осмысляемая как бюрократическая, контролирующая, согласно мифологическим представлениям, погодные явления'). Например: **Семь верст до небес, и все пехом. А в две стороны – уже четырнадцать!** (А. Приставкин. Вагончик мой дальний); **Поступил проект, предлагающий решить проблему нехватки мест для намаза с помощью создания «мечетей под открытым небом» в парках Москвы** (Известия. 2014.06.25); **Около восьми вечера резко потемнело, загрохотало, засверкали молнии. А через какое-то время хляби небесные разверзлись** (КП. 2007.07.09).

В семантической сфере «**Абстрактные понятия**» исследуемые идиомы характеризуют бытие, развитие какого-либо явления во временном и качественном аспектах, степень проявления признака – безотносительно или относительно какой-либо нормы (ср.: *мелькнуть как метеор*₂ (книжн.) 'о чем-л., быстро возникающем, производящем эффект и быстро исчезающем'; *достигнуть апогея* (книжн.) 'достигнуть высшей степени какого-л. состояния'; *до небес*₁ (книжн.) 'в максимально возможной степени, очень сильно; слишком сильно (о реализации какого-л. свойства, какого-л. качества)'). Например: **В той красивой певичке, как метеор мелькнувшей на Алином горизонте, даже пороки казались привлекательными** (А. Берсенева. Полет над разлукой); **Как это обычно бывает на рынке, перелом наступил в тот момент, когда негативные новости достигли апогея** (Финансовая Россия. 2002.09.19); **Его трясло крупной дрожью, как крупнокалиберный отбойный молоток в апогее трудового экстаза** (Интернет-альманах «Лебедь». 2004.01.11); **Ставки по кредитам до небес задрали, а депозиты еле-еле инфляцию обгоняют** (КП. 2013.10.29); **Количество посещений на сайте Изборского клуба взлетит до небес, и уж его эксперты и аналитики воспользуются изрядной долей внимания** (Известия. 2014.05.14).

Кроме того, ФЕ из данной семантической сферы дают качественную оценку каким-либо явлениям с точки зрения их сходства и различия, прагматической и иной ценности и т. п. (ср.: *как небо и земля* 'очень сильно отличаться, быть полной противоположностью'; *манна небесная* (книжн.) 'нечто очень ценное, желанное, получение чего обычно очень неожиданно и не зависит от воли получателя'). Например: **Обе книги о второй по-**

ловине XVII века и на первый взгляд различны меж собой, **как небо и земля** (И. Шмидт. От заката до расцвета); *Для Дании же гренландская нефть и вовсе будет чем-то вроде манны небесной* (А. Волков. Арктика пробуждается).

3.3. Принципы идиоматизации членов ФСГ «Космос»

Разнообразие семантики членов ФСГ «Космос» обуславливает разнообразие и сложность принципов идиоматизации, т. е. семантической трансформации буквального значения свободного сочетания в значение фразеологическое. В концептуальном аспекте здесь также обнаруживается взаимодействие наивной (обиходной и/или сакральной) и научной КМ, с явным преобладанием первой.

Наиболее регулярно в основе идиоматизации лежат универсальные общезыковые (метонимические и метафорические) концептуальные модели, прежде всего основанные на пространственных оппозициях: **«верх – низ»** и **«близкий – далекий»**. В этом случае точкой отсчета является поверхность земли, тогда как внеземное пространство, с одной стороны, воспринимается как нечто предельно удаленное, а с другой – недостижимое в пространственном, временном, качественном и иных аспектах (ср.: *как небо и земля; как до луны; до небес; достать с неба звезду*). Противопоставление **«верх – низ»**, в соответствии с универсальной моделью, осмысляется как оппозиция хорошего, важного, значимого, достойного, исключительного, выходящего за пределы нормы, обыденности и, напротив, неудовлетворительного по качеству, значимости, недостойного, обыденного.

Следует также отметить, что в большинстве случаев небесное пространство и небесные тела осмысляются в рамках **архаической (мифологической, сакральной)** модели мироздания, где внеземное (космическое) пространство трактуется как твердая поверхность (сфера / свод), на которой расположены небесные тела (см. примеры выше), причем и сам небесный свод, и отдельные небесные объекты позиционируются относительно неподвижной земной поверхности. Кроме того, именно пребывание на земной поверхности под светом (сакральной освещенностью) наиболее яркими небесными объектами (Солнцем и Луной) определяет бытие человека (ср.: *под луной; место под солнцем*).

Формирование семантики отдельных идиом может быть связано с сакральными представлениями о внеземном пространстве в конкретных мифологических и религиозных системах; например: языческая мифология древних славян, египтян, античного мира и др.; христианство; мусульманство (ср.: *разверзлись хляби небесные* – на основе библейского сказания о всемирном потопе как о Божьей каре; *манна небесная* – на основе библейского сказания, согласно которому Бог в ответ на молитвы Моисея послал евреям манну в качестве пищи во время сорокалетних скитаний по пустыне после исхода из Египта; *на седьмом (десятом) небе* – на осно-

ве, с одной стороны, философского учения Аристотеля о семи неподвижных кристалльных сферах небесного свода, с другой – коранического представления о семи небесах, где сам Коран был принесен ангелом седьмого неба). Мифологические (религиозные) образы, однако, обычно не вступают в противоречие с универсальными концептуальными моделями.

Наиболее значимыми среди них становятся два сакральных представления. Первое связано с восприятием небесной сферы как места пребывания высших (Божественных) сил и душ праведников. Соответственно принадлежность к этой сфере ассоциируется с исключительностью в интеллектуальном, духовном, социальном и иных аспектах, с возможностью влиять на окружающую действительность (ср.: *небесная канцелярия*₁ (устар.) 'воображаемая инстанция, осмысляемая как бюрократическая, контролирующая, согласно мифологическим представлениям, всё происходящее'; *вопить к небу*₁ (устар., книж.) 'обращаться к Богу с просьбой о милосердии, о помощи, поддержке'; *гром небесный* (устар.) 'по суеверным представлениям: кара, наказание свыше'), а также с эмоциональным и духовным комфортом (ср.: *на седьмом (десятом) небе* 'испытывать чувство восторга, блаженства, безграничного счастья'). Исключительность, доминирование также ассоциируется со способностью человека, находящегося на поверхности земли, достичь «небесной сферы», взаимодействовать с ней, тогда невозможность такого взаимодействия – как отсутствие исключительности (ср.: *достать с неба звезду; звезд с неба не хватает; луну с неба достать; небу жарко; небо коптит*). Второе представление связано с мифологическим (египетским, античным, астрологическим) представлением о том, что жизнь человека с момента его рождения и до смерти зависит от расположения звезд, что у каждого человека есть своя звезда, определяющая его судьбу (ср.: *родиться под счастливой звездой; звезда взошла; звезда закатилась; вернуть в свою звезду*).

Следует отметить, что при трансформации внутренней формы, связанной с мифологическими (религиозными) представлениями, возможна актуализация иронического компонента, вследствие чего сакральная ситуация воспринимается настолько исключительной, что в реальной жизни представляется невозможной (ср.: *питаться манной небесной* 'недоедать'). Более того, если во внутренней форме идиомы отражено сакральное отношение к небесной сфере, акцент может делаться на ее абсолютной недоступности для человека, вследствие чего обращение к данной сфере становится свидетельством неразумности, прагматической бесцельности, абсолютного непонимания законов земного бытия человека, необходимости твердо стоять на земле и т. п. (ср.: *как с Луны [неба] свалился; падать с неба на землю; спуститься с неба на землю; считать звезды; между небом и землей*). Ироническое переосмысление внутренней формы идиомы, основанное на взаимодействии сниженных денотативных и высоких сакральных ассоциаций, наблюдается в формировании таких, на-

пример, идиом, как: *небо в клеточку* 'угроза кому-либо оказаться под арестом, в заключении, в тюрьме' – в тюрьме на окна поставлены решетки, а сами окна расположены очень высоко, поэтому заключенный видит в них только небо сквозь клетки решетки (денотативный тип ассоциаций); небо как образ абсолютной свободы, независимости от бренного бытия (сакральный тип ассоциаций); *выть на луну* 'о человеке, изнывающем от тоски' – исходный образ, связанный с уподоблением человека собаке, тоскливо воющей на луну, особенно в полнолуние, отражает стереотипное поведение встревоженного животного, чему в архаической картине мира придавалось мистическое значение.

Безусловно, в составе исследуемых идиом представлены и такие, внутренняя форма которых не связана или лишь косвенно связана с сакральными представлениями. Показательно, что в данном случае наблюдается взаимодействие наивной и научной КМ, причем обиходные ассоциации также превалируют над научными или не противоречат им. Например, в основе одной из универсальных метафорических моделей, отраженных во внутренней форме ряда идиом, лежит уподобление человека звезде, а его жизни, развития – движению небесного тела относительно земной поверхности по определенной орбите (ср.: *звезда первой величины*; *восходящая звезда*; *восходящее светило*; *звездная болезнь*; *достигнуть зенита* (успеха, славы, известности); *апогей славы* (книжн.) 'достигать высшей степени (успеха, славы, известности). Примечательно, что влияние наивной (обиходной) КМ отражается в метафорической трансформации даже терминологического сочетания *черная дыра*, поскольку в основе трансформации исходной семантики астрономического термина лежит не только компонент 'исключительная гравитация, притягивающая все расположенные близко объекты', но и образ из наивной КМ – *дыра* (в частности, *дырявый карман*) как причина утраты, потери.

Единственными идиомами, формирование семантики которых базируется почти исключительно на современных научных воззрениях, являются ФЕ: *выходить на орбиту* 'успешно начинать путь к достижению чего-л.; оказываться в сфере влияния многих'; *выводить на орбиту* 'успешно продвигать кого-, что-л. по пути достижения успеха в чем-л.'. Но эти идиомы лишь косвенно связаны с обозначением космического пространства, поскольку в основе формирования их семантики лежит образ искусственного объекта (космического корабля, спутника), который получает возможность вращаться вокруг Земли благодаря деятельности человека. Но и в этом случае сохраняет актуальность универсальная оппозиция «верх – низ».

Таким образом, можно констатировать, что ведущую роль в формировании ФСГ «Космос» играет наивная (в том числе архаическая и/или сакральная) картина мира.

4. Заключение

Проведенный анализ позволяет сделать несколько выводов.

Во-первых, лишь четверть членов ЛСГ «Космос», включающей в свой состав большое число специальной иноязычной терминологии, используется при формировании русских идиом, причем семантика и функционально-стилистическая характеристика таких единиц безусловно антропоцентрическая, т. е. ориентированная на отражение преимущественно наивной (обиходной) КМ: зафиксированные в составе ФЕ субстантивы и адъективы в большинстве случаев общеупотребительные и называют космические феномены, наблюдаемые человеком с поверхности земли (особенно в ночное время суток). Антропоцентричностью отмечены и немногочисленные астрономические термины в составе идиом. Подобные компоненты современной научной КМ не выходят за рамки школьной программы по физике, географии, астрономии.

Во-вторых, антропоцентричность – базовая характеристика семантики идиом в составе ФСГ «Космос». Абсолютное большинство исследованных фразеологизмов экспрессивно именует человека (преимущественно как личность в ее отношении с другими людьми и социумом в целом), а также дает качественную, прагматическую и иную оценку природным и абстрактным феноменам с позиции среднего носителя языка.

В-третьих, когнитивно и культурологически значимыми оказываются принципы идиоматизации (семантической трансформации буквально-го значения устойчивого сочетания во фразеологическое) у членов ФСГ «Космос». С одной стороны, в основе формирования значений каждой идиомы лежат конкретные представления об отдельных феноменах внеземного пространства, исторические факты, прецедентные тексты и др. С другой стороны, выявляются регулярные, концептуально значимые типы такой семантической трансформации. Наиболее распространенным из них можно признать общеязыковые метафорические и/или метонимические модели, связанные с универсальными оппозициями: «верх – низ» (точка отсчета – поверхность земли); «близкий – далекий» (точка отсчета – положение говорящего как «центр» земной поверхности); «опасное / безопасное» для человека положение в пространстве (земная поверхность как безопасное для человека место). Регулярно общеязыковые концептуальные модели «встраиваются» в систему архаических и/или сакральных (языческих, христианских и мусульманских, исконных и/или типологических, заимствованных представлений о противопоставлении небесной сферы и земной поверхности как о среде обитания высших (божественных) сил и человека, о влиянии видимых с земли (в основном в ночное время суток) объектов на судьбу отдельного человека и природы, человечества в целом. Вместе с тем единой для всей ФСГ «Космос» модели идиоматизации не обнаруживается. Именно это свойство отражает меньшую системность формирования идиоматики в целом по сравнению, на-

пример, с метонимической и метафорической подсистемами лексико-семантической системы языка.

Список литературы

- Абакумова О.Б.* Пословичные концепты в паремическом дискурсе: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Орел, 2013. 46 с.
- Алашоев Ш.М.* Адъективные фразеологические единицы шугнанского языка // *Культура и цивилизация*. 2017. Т. 7. № 2А. С. 204–213.
- Алефиренко Н.Ф.* Фразеопорождающий потенциал когнитивно-провербиального кода // *Современная фразеология: тенденции и инновации*. М.; СПб.; Брянск: Новый проект, 2016. С. 7–31.
- Алефиренко Н.Ф., Золотых Л.Г.* Фразеологический словарь: Культурно-познавательное пространство русской идиоматики. М.: Элпис, 2008. 472 с.
- Алефиренко Н.Ф., Семенов Н.Н.* Фразеология и паремиология. М.: Флинта, 2018. 344 с.
- Ананьина Т.С.* Репрезентация примет и поверий во фразеологических единицах русского и французского языков: сопоставительный аспект: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2019. 27 с.
- Апресян Ю.Д.* Образ человека по данным языка: попытка системного описания // *Вопросы языкознания*. 1995. № 1. С. 37–67.
- Арсентьева Е.Ф., Семушина Е.Ю.* Особенности создания расширенной фразеологической метафоры в свете когнитивной теории // *Когнитивные факторы взаимодействия фразеологии со смежными дисциплинами*. Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2013. С. 32–36.
- АСРФ* – Академический словарь русской фразеологии. М.: ЛЕКСПУС, 2015. 1168 с.
- Бабушкин А.П.* Здравый смысл, «возможные миры» и прототипы фразеологических концептов // *Когнитивная лингвистика: новые парадигмы и новые решения*. М.: ИЯ РАН, 2011. С. 5–8.
- Бабушкин А.П., Стернин И.А.* Когнитивная лингвистика и семасиология. Воронеж: Ритм, 2018. 229 с.
- Балашова Л.В.* Речевые жанры в русской идиоматике (семантический и концептуальный аспекты) // *Жанры речи*. 2017. № 1 (15). С. 6–29. DOI: 10.18500/2311-0740-2017-1-15-6-29.
- Балашова Л.В.* Идиомы со значением «Власть» в современном российском политическом дискурсе // *Политическая лингвистика*. 2016. № 4 (58). С. 12–21.
- Баранов А.Н., Вознесенская М.М.* Идиоматика пьянства в корпусном измерении // *Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: по материалам ежегод. междунар. конф. «Диалог» (Москва, 31 мая – 3 июня 2017 г.)*. Вып. 16 (23): в 2 т. М.: Изд-во РГГУ, 2017. Т. 2: Компьютерная лингвистика: лингвистические исследования. С. 45–54.
- Баранов А.Н., Добровольский Д.О.* Основы фразеологии. М.: Флинта, 2014. 311 с.
- Баранов А.Н., Добровольский Д.О.* Аспекты теории фразеологии. М.: Знак, 2008. 656 с.
- Баранова Е.В.* Лингвокультурологическая специфика фразеологических единиц лексико-семантических полей «Космос» и «Атмосфера Земли» в англий-

- ском и русском языках: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Пятигорск, 2013. 25 с.
- БАС* – Большой академический словарь русского языка: [в 33 т.]. М.; СПб.: Наука, 2004– . Т. 1: А–Бишь. 2004. 661 с.; Т. 2: Благо–Внять. 2005. 657 с.; Т. 3: Во–Вящий. 2005. 664 с.; Т. 4: Г–День. 2006. 677 с.; Т. 5: Деньга–Жюри. 2006. 693 с.; Т. 6: З–Зятюшка. 2006. 825 с.; Т. 7: И–Каюр. 2007. 728 с.; Т. 8: Каюта–Кюрины. 2007. 839 с.; Т. 9: Л–Медь. 2007. 658 с.; Т. 10: Медяк–Мячик. 2008. 571 с.; Т. 11: Н–Недриться. 2008. 632 с.; Т. 12: Недруг–Няня. 2009. 651 с.; Т. 13: О–Опор. 2009. 768 с.; Т. 14: Опора–Отрыть. 2010. 655 с.; Т. 15: Отряд–Перевал. 2011. 610 с.; Т. 16: Перевалец–Пламя. 2011. 638 с.; Т. 17: План–Подлечь. 2011. 670 с.; Т. 18: Подлещ–Порой. 2011. 772 с.; Т. 19: Порок–Пресс... 2011. 706 с.; Т. 20: Пресса–Продел. 2012. 730 с.; Т. 21: Прodelать–Пятью. 2012. 629 с.; Т. 22: Р–Распloh. 2013. 740 с.; Т. 23: Расплыв–Розниться. 2014. 734 с.; Т. 24: Розница–Сверяться. 2017. 670 с.
- Белая Е.Н.* Национально-культурная специфика английских, французских, русских фразеологических единиц // Коммуникативные исследования. 2018. № 4 (18). С. 61–81. DOI: 10.25513/2413-6182.2018.4.61-81.
- Бирих А.К.* Русская фразеология: историко-этимол. слов. М.: Астрель: Люкс, 2005. 926 с.
- Борщева О.В.* Концептуальное поле «ТРУД» сквозь призму идиоматики: на материале русского и английского языков: дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2012. 303 с.
- Брагина Н.Г.* Мифологический Хаос (культурный след в языке) // Логический анализ языка: Космос и хаос. М.: Индрик, 2003. С. 18–31.
- Бредис М.А.* Соотношение понятий «Богатство» и «Ум» в паремиологической картине мира разных лигвокультур (на материале русского, латышского, литовского и немецкого языков) // Вестник ЦМО МГУ. Филология. Культурология. Педагогика. Методика. 2015. № 2. С. 54–59.
- Буренкова С.В.* Проблемы классификации и определения границ фразеологии (на материале немецкого языка) // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2017. № 4. С. 115–120.
- Буянова Л.Ю., Коваленко Е.Г.* Русский фразеологизм как ментально-когнитивное средство языковой концептуализации сферы моральных качеств личности: моногр. М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. 179 с.
- БФСРЯ* – Большой фразеологический словарь русского языка. М.: АСТ-Пресс книга, 2009. 784 с.
- Василенко А.П.* Виды межъязыковых фразеологических эквивалентов в духе симметрии языкового знака (на материале русского и французского языков) // Современная фразеология: тенденции и инновации. М.; СПб.; Брянск: Новый проект, 2016. С. 52–73.
- Веренич Т.М.* Черты национального характера во фразеологической картине мира (на материале французского и русского языков) // Филология и лингвистика в современном обществе. М.: Ваш полиграфический партнер, 2012. С. 51–53.
- Вражнова И.Г.* Идиоматика в когнитивном и лингвокультурологическом аспекте (на материале фразеологических единиц семантического поля «Вода»

- в русском и английском языках): дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2004. 237 с.
- Георгиева С.И.* Народная культура в зеркале когнитивной фразеологии // Когнитивно-дискурсивные стратегии развития языка. Белгород: Эпицентр, 2016. С. 92–96.
- Глушкова Т.С.* Репрезентация концепта «страх» в русском языке (на материале лексикографических источников, паремий и текстов социальной рекламы) // Коммуникативные исследования. 2019. Т. 6. № 4. С. 974–989. DOI: 10.24147/2413-6182.2019.6(4).974-989.
- Добровольский Д.О.* Фразеобразовательное моделирование в свете теории языковых универсалий // Современная фразеология: тенденции и инновации. М.; СПб.; Брянск: Новый проект, 2016. С. 106–121.
- Добровольский Д.О.* Национально-культурная специфика во фразеологии (I) // Вопросы языкознания. 1997. № 6. С. 37–48.
- Золотых Л.Г.* Взаимодействие фразеологической семантики и семиотических средств культуры // Когнитивные факторы взаимодействия фразеологии со смежными дисциплинами. Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2013. С. 70–75.
- Зубрина А.А.* Лексико-семантическое поле «Космос» в английском и русском языках // Наука через призму времени. 2018. № 4 (13). С. 69–72.
- Иванова Е.В.* Мир в английских и русских пословицах. СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та: Филол. фак. СПбГУ, 2006. 278 с.
- Ильясов В.С.* Фразеолог как способ репрезентации языковой картины мира (на материале фразеосемантического поля «Питание» в русском и арабском языках): дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2019. 398 с.
- Ковшова М.Л.* Лингвокультурологический метод во фразеологии: Коды культуры. М.: ЛИБРОКОМ, 2012. 453 с.
- Краснобаева-Черная Ж.В.* Опыт осмысления ценностной картины мира во фразеологии: структурная организация (на материале русского, украинского, английского и немецкого языков) // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2018. № 54. С. 98–116. DOI: 10.17223/19986645/54/6.
- МАС* – Словарь русского языка: в 4 т. / гл. ред. А.П. Евгеньева. М.: Русский язык, 1981–1984. Т. 1: А–Й. 1981. 696 с.; Т. 2: К–О. 1982. 736 с.; Т. 3: П–Р. 1983. 750 с.; Т. 4: С–Я. 1984. 782 с.
- Маслова В.А.* Ното *lingualis* в культуре. М.: Гнозис, 2007. 318 с.
- Матиенко О.П.* Метафоры российской экономики: лингвокогнитивный аспект (на материале текстов СМИ) // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 1. С. 123–137. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(1).123-137.
- Моисеев М.В.* Когнитивные модели фразеологических единиц на основе вербальных прецедентных феноменов английской лингвокультуры // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 1. С. 62–76. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(1).62-76.
- Наджим К.* Идиоматизация как одна из форм формирования языковой картины мира (на материале СП «Одежда» в русском и арабском языках): дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2016. 311 с.

- Наумов К.Д. Концептуализация мира на основе сакральных образов (на материале русской и польской идиоматики): дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2013. 356 с.
- Панова Л.Г. Слово *Бог* и его значения: от иерархии небесной – к иерархиям земным // *Логический анализ языка: Космос и хаос*. М.: Индрик, 2003. С. 405–415.
- Пирманова Н.И. Культурные коннотации фразеологизмов с компонентами *свет – небо – земля*: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2008. 24 с.
- РСС – Русский семантический словарь: толковый словарь, систематизированный по классам слов и значений. Т. 1. М.: Азбуковник, 1998. 867 с.
- Сафина Г.М. Фразеологизмы с компонентами-космонами в русском, татарском, английском и турецком языках: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Казань, 1998. 18 с.
- Саяхова Л.Г., Хасанова Д.М., Морковкин В.В. Тематический словарь русского языка. М.: Русский язык, 2000. 556 с.
- СТСРП – Словарь-тезаурус современной русской идиоматики. М.: Мир энциклопедий Аванта+, 2007. 1135 с.
- Теля В.Н. Предисловие // Большой фразеологический словарь русского языка. М.: АСТ-Пресс книга, 2006. С. 12–14.
- Теля В.Н. Первоочередные задачи и проблемы исследования фразеологического состава языка в контексте культуры // *Фразеология в контексте культуры*. М.: Языки русской культуры, 1999. С. 8–25.
- Теля В.Н. Русская фразеология: Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Языки русской культуры, 1996. 288 с.
- ТСРЯ – Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов. М.: Азбуковник, 2007. 1174 с.
- Федоров А.И. Фразеологический словарь русского литературного языка. М.: Астрель, 2008. 878 с.
- Фелицына В.П., Мокиенко В.М. Русские фразеологизмы: лингвострановед. слов. М.: Русский язык, 1990. 220 с.
- ФСРЯ – Фразеологический словарь русского языка. М.: Русский язык, 1994. 543 с.
- Abraham W. Idioms in contrastive and in universally based typological research: toward distinctions of relevance // *Proceedings of the first Tilburg workshop on idioms* / ed. by M. Everaert, E.-J. van der Linden. Tilburg, 1989. P. 1–22.
- Burger H. Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen. Grundlagen der Germanistik. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2010. 239 s.
- Cacciari C., Rumiat R.I., Glucksberg S. The role of word meanings, transparency and familiarity in the mental images of idioms // *Proceedings of Idioms*. Tilburgh, 1992. P. 1–9.
- Cowie A.P. *Phraseology Theory and Analysis*. Oxford: Clarendon Press, 1998. 338 p.
- Cronk B.C., Schweigert W.A. The comprehension of idioms: The effects of familiarity, literalness, and usage // *Applied Psycholinguistics*. 1992. Vol. 13. Iss. 2. P. 131–146. DOI: 10.1017/S014271640000531.
- Donalies E. *Basiswissen Deutsche Phraseologie*. Tübingen; Basel: A. Francke Verlag, 2009. 132 s.

- Fillmore Ch.J., Kay P., O'Connor M.C. Regularity and idiomaticity in grammatical constructions: The case of *Let alone* // *Language*. 1988. Vol. 64, № 3. P. 501–538. DOI: 10.2307/414531.
- Fleischer W. *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*. 2. Aufl. Tübingen: Niemeyer, 1997. 229 s.
- Fraser B. Idioms within a transformational grammar // *Foundations of language*. 1970. Vol. 6. № 1. P. 22–42.
- Gibbs R.W. Idiomaticity and human cognition // *Idioms: structural and psychological perspectives* / ed. by M. Everaert, E.-J. van der Linden, A. Schenk, R. Schreuder. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1995. P. 97–116.
- Hallsteinsdóttir E., Farø K. Interlinguale Phraseologie: Theorie, Praxis und Perspektiven // *Yearbook of Phraseology* (2010). Berlin; New York, 2010. P. 125–158. DOI: 10.1515/9783110222623.1.125.
- Schmidt W. *Morgenstund ist ungesund. Unsere Sprichwörter auf dem Prüfstand*. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH, 2012. 240 s.

References

- Abakumova, O.B. (2013), *Poslovichnye kontsepty v paremicheskom diskurse* [Proverbs in Paremic Discourse], Author's abstract, Orel, 46 p. (in Russian).
- Abraham, W. (1989), Idioms in contrastive and in universally based typological research: toward distinctions of relevance. Everaert, M., van der Linden, E.-J. (Eds.) *Proceedings of the first Tilburg workshop on idioms*, Tilburg, pp. 1-22.
- (2015), *Academic Dictionary of Russian Phraseology*, Moscow, LEKSRUS publ., 1168 p. (in Russian).
- Alamshoev, Sh.M. (2017), Adjectival phraseological units of the Shughni language. *Culture and Civilization*, Vol. 7, Iss. 2A, pp. 204-213. (in Russian).
- Alefirenko, N.F. (2016), Frazemoporozhdayushchii potentsial kognitivno-proverbial'nogo koda [Phrase-generating potential of the cognitive-proverbial code]. *Sovremennaya frazeologiya: tendentsii i innovatsii* [Modern phraseology: trends and innovations], Moscow, St. Petersburg, Bryansk, Novyi proekt publ., pp. 7-31. (in Russian).
- Alefirenko, N.F., Semenenko, N.N. (2018), *Frazeologiya i paremiologiya* [Phraseology and paremiology], Moscow, Flinta publ., 344 p. (in Russian).
- Alefirenko, N.F., Zolotykh, L.G. (2008), *Frazeologicheskii slovar': Kul'turno-poznavatel'noe prostranstvo russkoi idiomatiki* [Phraseological Dictionary: Cultural and cognitive space of Russian idiomatics], Moscow, Elpis publ., 472 p. (in Russian).
- Anan'ina, T.S. (2019), *Reprezentatsiya primet i poverii vo frazeologicheskikh edinitsakh russkogo i frantsuzskogo yazykov: sopostavitel'nyi aspekt* [Representation of omens and beliefs in phraseological units of the Russian and French languages: comparative aspect], Author's abstract, Moscow, 27 p. (in Russian).
- Apresian, Ju.D. (1995), The image of man: An experiment in systemic description based on linguistic data. *Topics in the Study of Language*, No. 1, pp. 37-67. (in Russian).
- Arsent'eva, E.F., Semushina, E.Yu. (2013), Osobennosti sozdaniya rasshirennoi frazeologicheskoi metafory v svete kognitivnoi teorii [Features of creating an expanded phraseological metaphor in the light of cognitive theory]. *Kognitivnye faktory vzaimodeistviya frazeologii so smezhnymi distsiplinami* [Cognitive factors of the

- interaction of phraseology with related disciplines], Belgorod, Belgorod State University publ., pp. 32-36. (in Russian).
- Babushkin, A.P. (2011), Zdravyi smysl, “vozmozhnye miry” i prototypy frazeologicheskikh kontseptov [Common sense, “possible worlds” and prototypes of phraseological concepts]. *Kognitivnaya lingvistika: novye paradigmy i novye resheniya* [Cognitive linguistics: new paradigms and new solutions], Moscow, Institute of Linguistics of the Russian Academy of Sciences publ., pp. 5-8. (in Russian).
- Babushkin, A.P., Sternin, I.A. (2018), *Kognitivnaya lingvistika i semasiologiya* [Cognitive linguistics and semasiology], Voronezh, Ritm publ., 229 p. (in Russian).
- Balashova, L.V. (2017), Speech genres in Russian idiomatics (semantic and conceptual aspects). *Speech Genres*, No. 1 (15), pp. 6-29. DOI: 10.18500/2311-0740-2017-1-15-6-29. (in Russian).
- Balashova, L.V. (2016), Idioms with the meaning "Power" in contemporary Russian political discourse. *Political Linguistics*, No. 4 (58), pp. 12-21. (in Russian).
- Baranov, A.N., Dobrovolskii, D.O. (2014), *Osnovy frazeologii* [Fundamentals of phraseology], Moscow, Flinta publ., 310 p. (in Russian).
- Baranov, A.N., Dobrovolskii, D.O. (2008), *Aspekty teorii frazeologii* [Aspects of the theory of phraseology], Moscow, Znack publ., 656 p. (in Russian).
- Baranov, A.N., Voznesenskaya, M.M. (2017), Russian idioms of drunkenness: Corpus-based analysis. *Computational Linguistics and Intellectual Technologies*, Papers from the Annual International Conference “Dialogue” (2017), Iss. 16 (23), in 2 volumes, Moscow, RSUH publ., Vol. 2: Computational Linguistics: Linguistic Research, pp. 45-54. (in Russian).
- Baranova, E.V. (2013), *Lingvokul'turologicheskaya spetsifika frazeologicheskikh edinit leksiko-semanticheskikh polei “Kosmos” i “Atmosfera Zemli” v angliiskom i russkom yazykakh* [Linguocultural specificity of phraseological units of the lexical-semantic fields “Space” and “Atmosphere of the Earth” in English and Russian], Author’s abstract, Pyatigorsk, 25 p. (in Russian).
- Belaia, E.N. (2018), National and cultural particularities of English, French, and Russian phraseological units. *Communication Studies (Russia)*, No. 4 (18), pp. 61-81. DOI: 10.25513/2413-6182.2018.4.61-81. (in Russian).
- Birikh, A.K. (2005), *Russkaya frazeologiya* [Russian phraseology], Historical and etymological dictionary, Moscow, Astrel' publ., AST publ., Lyuks publ., 926 p. (in Russian).
- Borshcheva, O.V. (2012), *Kontseptual'noe pole “TRUD” skvoz' prizmu idiomatiki: na materiale russkogo i angliiskogo yazykov* [The conceptual field “LABOR” through the prism of idioms: on the material of Russian and English], PhD Thesis, Saratov, 303 p. (in Russian).
- Bragina, N.G. (2003), Mifologicheskii Khaos (kul'turnyi sled v yazyke) [Mythological Chaos (cultural footprint in the language)]. *Logicheskii analiz yazyka: Kosmos i khaos* [Logical analysis of the language: Space and chaos], Moscow, Indrik publ., pp. 18-31. (in Russian).
- Bredis, M.A. (2015), The interrelation between concepts "wealth" and "intellect" in paremiological world image of different linguistic cultures (based on Russian, Latvian, Lithuanian and German). *Bulletin TsMO MSU. Philology. Culturology. Pedagogy. Methodology*, No. 2, pp. 54-59. (in Russian).

- Burenkova, S.V. (2017), Classification and stating the boundaries of phraseology (based on the German language). *Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University*, No. 4, pp. 115-120. (in Russian).
- Burger, H. (2010), *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen. Grundlagen der Germanistik*, Berlin, Erich Schmidt publ., 239 p. (in German).
- Buyanova, L.Yu., Kovalenko, E.G. (2012), *Russkii frazeologizm kak mental'no-kognitivnoe sredstvo yazykovoï kontseptualizatsii sfery moral'nykh kachestv lichnosti* [Russian phraseologism as a mental-cognitive means of language conceptualization of the sphere of moral qualities of a person], Moscow, FLINTA publ., Nauka publ., 179 p. (in Russian).
- Cacciari, C., Rumiati, R.I., Glucksberg, S. (1992), The role of word meanings, transparency and familiarity in the mental images of idioms. *Proceedings of Idioms*, Tilburgh, pp. 1-9.
- Cowie, A.P. (1998), *Phraseology Theory and Analysis*, Oxford, Clarendon Press, 338 p.
- Cronk, B.C., Schweigert, W.A. (1992), The comprehension of idioms: The effects of familiarity, literalness, and usage. *Applied Psycholinguistics*, Vol. 13, Iss. 2, pp. 131-146. DOI: 10.1017/S0142716400005531.
- (2007), *Dictionary-thesaurus of modern Russian idiomatics*, Moscow, Mir entsiklopedii Avanta+ publ., 1135 p. (in Russian).
- Dobrovolskii, D.O. (2016), Frazeobrazovatel'noe modelirovanie v svete teorii yazykovykh universalii [Phrase-forming modeling in the light of the theory of language universals]. *Sovremennaya frazeologiya: tendentsii i innovatsii* [Modern phraseology: trends and innovations], Moscow, St. Petersburg, Bryansk, Novyi proekt publ., pp. 106-121. (in Russian).
- Dobrovolskij, D.O. (1997), National and cultural peculiarities in phraseology (I). *Topics in the Study of Language*, No. 6, pp. 37-48. (in Russian).
- Donalies, E. (2009), *Basiswissen Deutsche Phraseologie*, Tübingen, Basel, A. Francke publ., 132 p. (in Russian).
- Evgen'eva, A.P. (Ed.) (1981–1984), *Dictionary of the Russian language*, in 4 volumes, Moscow, Russkii yazyk publ., Vol. 1, 1981, 696 p.; Vol. 2, 1982, 736 p.; Vol. 3, 1983, 750 p.; Vol. 4, 1984, 782 p. (in Russian).
- (2007), *Explanatory dictionary of the Russian language with the inclusion of information on the origin of words*, Moscow, Azbukovnik publ., 1174 p. (in Russian).
- Fedorov, A.I. (2008), *Phraseological dictionary of the Russian literary language*, Moscow, Astrel' publ., 878 p. (in Russian).
- Felitsyna, V.P., Mokienko, V.M. (1990), *Russkie frazeologizmy* [Russian phraseological units], Linguistic and Area Studies Dictionary, Moscow, Russkii yazyk publ., 220 p. (in Russian).
- Fillmore, Ch.J., Kay, P., O'Connor, M.C. (1988), Regularity and idiomaticity in grammatical constructions: The case of *Let alone*. *Language*, Vol. 64, No. 3, pp. 501-538. DOI: 10.2307/414531.
- Fleischer, W. (1997), *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*, 2nd ed., Tübingen, Niemeyer publ., 229 p. (in German).
- Fraser, B. (1970), Idioms within a transformational grammar. *Foundations of language*, Vol. 6, No. 1, pp. 22-42.
- Georgieva, S.I. (2016), Narodnaya kul'tura v zerkale kognitivnoi frazeologii [Popular culture in the mirror of cognitive phraseology]. *Kognitivno-diskursivnye strategii*

- razvitiya yazyka* [Cognitive-discursive strategies of language development], Belgorod, Epitsentr publ., pp. 92-96. (in Russian).
- Gibbs, R.W. (1995), Idiomaticity and human cognition. Everaert, M., van der Linden, E.-J., Schenk, A., Schreuder, R. (Eds.) *Idioms: structural and psychological perspectives*, Hillsdale, NJ, Erlbaum publ., pp. 97-116.
- Glushkova, T.S. (2019), Representation of the concept “fear” in the Russian language (based on the material of lexicographic sources, proverbs and texts of social advertising). *Communication Studies (Russia)*, Vol. 6, no. 4, pp. 974-989. DOI: 10.24147/2413-6182.2019.6(4).974-989. (in Russian).
- (2004–2017), *Great academic dictionary of the Russian language*, in 33 volumes, Moscow, St. Petersburg, Nauka publ., Vol. 1, 2004, 661 p.; Vol. 2, 2005, 657 p.; Vol. 3, 2005, 664 p.; Vol. 4, 2006, 677 p.; Vol. 5, 2006, 693 p.; Vol. 6, 2006, 825 p.; Vol. 7, 2007, 728 p.; Vol. 8, 2007, 839 p.; Vol. 9, 2007, 658 p.; Vol. 10, 2008., 571 p.; Vol. 11, 2008, 632 p.; Vol. 12, 2009, 651 p.; Vol. 13, 2009, 768 p.; Vol. 14, 2010, 655 p.; Vol. 15, 2011, 610 p.; Vol. 16, 2011, 638 p.; Vol. 17, 2011, 670 p.; Vol. 18, 2011, 772 p.; Vol. 19, 2011, 706 p.; Vol. 20, 2012, 730 p.; Vol. 21, 2012, 629 p.; Vol. 22, 2013, 740 p.; Vol. 23, 2014, 734 p.; Vol. 24, 2017, 670 p. (in Russian).
- Hallsteinsdóttir, E., Farø, K. (2010), Interlinguale Phraseologie: Theorie, Praxis und Perspektiven. *Yearbook of Phraseology*, Berlin, New York, pp. 125-158. DOI: 10.1515/9783110222623.1.125.
- Il'yasov, V.S. (2019), *Frazeologiya kak sposob reprezentatsii yazykovoï kartiny mira (na materiale frazeosemanticheskogo polya “Pitanie” v russkom i arabskom yazykakh)* [Phraseology as a way of representing the linguistic picture of the world (based on the phrase-semantic field “Nutrition” in Russian and Arabic)], PhD Thesis, Saratov, 398 p. (in Russian).
- Ivanova, E.V. (2006), *Mir v angliiskikh i russkikh poslovitsakh* [The world in English and Russian proverbs], St. Petersburg, St. Petersburg State University publ., 278 p. (in Russian).
- Kovshova, M.L. (2012), *Lingvokulturologicheskii metod vo frazeologii: Kody kultury* [Linguoculturological method in phraseology: Codes of culture], Moscow, LIBROKOM publ., 453 p. (in Russian).
- Krasnobaieva-Chernaya, Zh.V. (2018), Experience of understanding the axiological world image in phraseology: a structural organization (based on Russian, Ukrainian, English and German). *Tomsk State University Journal of Philology*, No. 54, pp. 98-116. DOI: 10.17223/19986645/54/6. (in Russian).
- (2009), *Large phraseological dictionary of the Russian language*, Moscow, AST-Press kniga publ., 784 p. (in Russian).
- Maslova, V.A. (2007), *Homo lingualis v kul'ture* [Homo lingualis in culture], Moscow, Gnozis publ., 318 p. (in Russian).
- Matiyenko, O.P. (2020), The metaphor of the Russian economy: linguistic and cognitive aspect (on the material of media texts). *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 1, pp. 123-137. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(1).123-137. (in Russian).
- Moiseev, M.V. (2020), Cognitive models of the formation of phraseological units on the basis of verbal precedent phenomena of English linguoculture. *Communication*

- Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 1, pp. 62-76. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(1).62-76. (in Russian).
- Nadzhim, K. (2016), *Idiomatizatsiya kak odna iz form formirovaniya yazykovoi kartiny mira (na materiale SP "Odezhda" v russkom i arabskom yazykakh)* [Idiomatization as one of the forms of the formation of the linguistic picture of the world (based on the material of the semantic field "Clothing" in Russian and Arabic)], PhD Thesis, Saratov, 311 p. (in Russian).
- Naumov, K.D. (2013), *Kontseptualizatsiya mira na osnove sakral'nykh obrazov (na materiale russkoi i pol'skoi idiomatiki)* [Conceptualization of the world based on sacred images (based on the material of Russian and Polish idioms)], PhD Thesis, Saratov, 356 p. (in Russian).
- Panova, L.G. (2003), *Slovo Bog i ego znacheniya: ot ierarkhii nebesnoi – k ierarkhiyam zemnym* [The word *God* and its meanings: from the heavenly hierarchy to the earthly hierarchies]. *Logicheskii analiz yazyka: Kosmos i khaos* [Logical analysis of the language: Space and chaos], Moscow, Indrik publ., pp. 405-415. (in Russian).
- (1994), *Phraseological dictionary of the Russian language*, Moscow, Russkii yazyk publ., 543 p. (in Russian).
- Pirmanova, N.I. (2008), *Kul'turnye konnotatsii frazeologizmov s komponentami svet – nebo – zemlya* [The cultural connotations of phraseological units with the components of light – sky – earth], Author's abstract, Yekaterinburg, 22 p. (in Russian).
- (1998), *Russian semantic dictionary. Explanatory dictionary, systematized by classes of words and meanings*, Vol. 1, Moscow, Azbukovnik publ., 867 p. (in Russian).
- Safina, G.M. (1998), *Frazeologizmy s komponentami-kosmoninami v russkom, tatarskom, angliiskom i turetskom yazykakh* [Phraseologisms with cosmonin components in Russian, Tatar, English and Turkish], Author's abstract, Kazan, 18 p. (in Russian).
- Sayakhova, L.G., Khasanova, D.M., Morkovkin, V.V. (2000), *Thematic dictionary of the Russian language*, Moscow, Russkii yazyk publ., 556 p. (in Russian).
- Schmidt, W. (2012), *Morgenstund ist ungesund. Unsere Sprichwörter auf dem Prüfstand*, Hamburg, Rowohlt Taschenbuch publ., 240 p. (in German).
- Teliya, V.N. (2006), Preface. *Large phraseological dictionary of the Russian language*, Moscow, AST-Press kniga publ., pp. 12-14. (in Russian).
- Teliya, V.N. (1999), *Pervoocherednye zadachi i problemy issledovaniya frazeologicheskogo sostava yazyka v kontekste kul'tury* [The priority tasks and problems of researching the phraseological composition of the language in the context of culture]. *Frazeologiya v kontekste kul'tury* [Phraseology in the context of culture], Moscow, Yazyki russkoi kul'tury publ., pp. 8-25. (in Russian).
- Teliya, V.N. (1996), *Russkaya frazeologiya: Semanticheskii, pragmaticheskii i lingvokul'turologicheskii aspekty* [Russian phraseology: Semantic, pragmatic and linguocultural aspects], Moscow, Yazyki russkoi kul'tury publ., 288 p. (in Russian).
- Vasilenko, A.P. (2016), *Vidy mezhyazykovykh frazeologicheskikh ekvivalentov v dukhe simmetrii yazykovogo znaka (na materiale russkogo i frantsuzskogo yazykov)* [Types of interlanguage phraseological equivalents in the spirit of symmetry of a language sign (based on the material of Russian and French)]. *Sovremennaya frazeologiya: tendentsii i innovatsii* [Modern phraseology: trends and innova-

- vations], Moscow, St. Petersburg, Bryansk, Novyi proekt publ., pp. 52-73. (in Russian).
- Verenich, T.M. (2012), Cherty natsional'nogo kharaktera vo frazeologicheskoi kartine mira (na materiale frantsuzskogo i russkogo yazykov) [Features of a national character in the phraseological picture of the world (based on French and Russian languages)], *Filologiya i lingvistika v sovremennom obshchestve* [Philology and Linguistics in Modern Society], Moscow, Vash poligraficheskii partner publ., pp. 51-53. (in Russian).
- Vrazhnova, I.G. (2004), *Idiomatika v kognitivnom i lingvokul'turologicheskom aspekte (na materiale frazeologicheskikh edinits semanticheskogo polya "Voda" v rus-skoi i angliiskoi yazykakh)* [Idiomatics in the cognitive and linguoculturological aspect (based on the phraseological units of the semantic field "Water" in Russian and English)], PhD Thesis, Saratov, 237 p. (in Russian).
- Zolotykh, L.G. (2013), Vzaimodeistvie frazeologicheskoi semantiki i semioticheskikh sredstv kul'tury [The interaction of phraseological semantics and semiotic means of culture]. *Kognitivnye faktory vzaimodeistviya frazeologii so smezhnymi distsiplinami* [Cognitive factors of the interaction of phraseology with related disciplines], Belgorod, Belgorod State University publ., pp. 70-75. (in Russian).
- Zubrina, A.A. (2018), Leksiko-semanticheskoe pole "Kosmos" v angliiskom i russkom yazykakh [The lexical-semantic field "Space" in English and Russian]. *Nauka cherez prizmu vremeni*, No. 4 (13), pp. 69-72. (in Russian).

IDIOMATICS AND A LANGUAGE PICTURE OF THE WORLD (BASED ON PARTS OF THE PHRASEOSEMANTIC GROUP "SPACE" IN RUSSIAN)

L.V. Balashova

Saratov State University (Saratov, Russia)

Abstract: The article analyzes idioms that include lexemes from the lexical-semantic group "Space", i.e. members of the phraseosemantic group "Space", in linguistic, cognitive and cultural light. The aim of the work is to establish the principles of idiomatization of set expressions with lexemes similar in semantics, the main factors affecting this process, as well as the specifics of the world picture that is represented by these phraseological units. The research is based on explanatory, semantic, phraseological dictionaries, and data from the National corpus of the Russian language of the 21st century. Linguistic and conceptual factors contributing to the different degree of involvement in the process of idiomatization members of the lexical semantic group "Space" are identified on the basis of a comprehensive methodology that includes advanced semantic, functional and stylistic, cognitive and linguocultural analysis methods of linguistic units. The semantics of the phraseological units with the specified lexical items and the basic conceptual principles of formation of idioms' semantics. The conclusion is made about the heterogeneity of the picture of the world, which is reflected by the members of the phraseosemantic group "Space" (everyday and scientific, archaic and modern, international and ethnospecific components) with the pre-

dominance of an anthropocentric, naive, largely archaic picture of the structure of outer space.

Key words: Russian language, idiom, phraseosemantic group, language picture of the world, principles of idiomatization.

For citation:

Balashova, L.V. (2020), Idiomatics and a language picture of the world (based on parts of the phraseosemantic group “Space” in Russian). *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 3, pp. 531-554. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(3).531-554. (in Russian).

About the author:

Balashova, Lyubov Viktorovna, Prof., Professor of the Department of General and Slavic-Russian Linguistics

Corresponding author:

Postal address: 83, Astrakhanskaya ul., Saratov, 410012, Russia

E-mail: balashova53@yandex.ru

Received: April 1, 2020

Revised: April 8, 2020

Accepted: August 13, 2020

ОБРЫВ В УСТНОМ МОНОЛОГЕ КАК «ТОЧКА СБОЯ» И СПОСОБЫ ЕЕ ПРЕОДОЛЕНИЯ

Н.В. Богданова-Бегларян

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

Аннотация: Статья посвящена обрыву как «точке сбоя» в спонтанной речи. Анализ материала устных монологов из «Сбалансированной аннотированной текстовки» показал, что говорящий чаще договаривает оборванное слово, осуществляя самокоррекцию. Чаще при этом слово договаривается без всяких изменений: 57,9 % всех обрывов сопряжены с операцией нулевой отмены. Мгновенная (on-line) реакция на обрыв также преобладает над off-line реакцией практически во всех типах текстов (пересказ, описание изображения и рассказ). К обрыву могут привести разные причины: (1) обычная хезитация, в том числе в ходе припоминания слова или события при пересказе (*на све... – на свете*); (2) некоторый перфекционизм говорящего: уже начав произносить слово, он решает всё же распространить, «украсить» его (*он з... – приятно замурлыкал*); (3) выбор слова из пары синонимов (*вра... – доктор*), в том числе контекстуальных (*уш... – забежал – залез*), слов, близких семантически (*засуну... – прицепил*), антонимов (*в св... – в тени*), грамматических (*ве... [вечером] – с вечера*) или фонетических (*за лёс... – за леску*) вариантов; (4) попытка произнести идиому или иную «нетривиальную» единицу (*гла... – в гла... – взора нету в глазах блеска никакого*); (5) ошибка в предшествующем слове (*ивы разро... – липы разрослись*); (6) оговорка, возникающая чаще всего по фонетическим причинам (*иж... – избушка*). Видно, что анализ обрыва как хезитационного явления позволяет увидеть как причины возникновения «точки сбоя» (коллоквиалистика), так и способы выхода говорящего из коммуникативного затруднения (психолингвистика и когнитивистика).

Ключевые слова: монолог, повседневная речь, коммуникативное затруднение, «точка сбоя», самокоррекция, операция отмены, хезитационное явление, оговорка.

Для цитирования:

Богданова-Бегларян Н.В. Обрыв в устном монологе как «точка сбоя» и способы ее преодоления // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 3. С. 555–567. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(3).555-567.

Сведения об авторе:

Богданова-Бегларян Наталья Викторовна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русского языка

Контактная информация:

Почтовый адрес: 199034, Россия, Санкт-Петербург, Университетская наб., 11

E-mail: n.bogdanova@spbu.ru

Финансирование:

Исследование выполнено при поддержке гранта РФФИ № 17-29-09175 «Диагностические признаки социолингвистической вариативности повседневной русской речи (на материале звукового корпуса)»

Дата поступления статьи: 23.06.2020

Дата рецензирования: 06.07.2020

Дата принятия в печать: 13.08.2020

1. Введение

Современная лингвистика всё чаще опирается в анализе материала на языковые и/или речевые корпуса, что представляется весьма удобным, актуальным и продуктивным. К бесспорным преимуществам корпусных исследований можно отнести прежде всего большие объемы материала, а также возможность увидеть в этом материале – особенно в случае со звуковым корпусом – сам механизм порождения речи (когнитивный аспект анализа) и специфику построения устного дискурса (собственно коллоквиалистика). Корпусный подход, кроме того, дает исследователям возможность увидеть что-то новое на всех уровнях языковой структуры: новое в фонетике, лексике, грамматике, семантике, прагматике. Обращение к объемным языковым / речевым корпусам позволяет также подключить к анализу материала социо- и психолингвистический аспект, а также учесть коммуникативную ситуацию / коммуникативный сценарий.

По утверждению В.А. Плунгяна, в настоящее время корпус – «это не просто дань техническому прогрессу или более удобный инструмент для поиска примеров; это именно примета **новой идеологии изучения языка** (выделено мной. – Н. Б.-Б.), для которой язык – вообще говоря, *и есть корпус* (курсив автора. – Н. Б.-Б.), как бы вызывающе это ни звучало по отношению к предшествующей теоретической традиции» [Плунгян 2008: 12]. По выражению А.Д. Шмелева, который солидарен с высказанным мнением, обращение к представительной выборке материала, что по факту уже является корпусом текстов, должно подразумевать **каждое** проводимое лингвистом исследование [Шмелев 2010: 236–237].

Настоящая работа не стала исключением и выполнена также на корпусном материале.

2. Материал, методика и цель исследования

Материалом для исследования стала спонтанная устная речь из корпуса русской монологической речи, созданного в СПбГУ и известного как

«Сбалансированная аннотированная текстотека» (САТ): 150 монологов, записанных от 30 информантов, женщин-медиков, в рамках трех коммуникативных сценариев (пересказ (сюжетного и несюжетного исходных текстов), описание изображения (также сюжетного и несюжетного), рассказ на заданную тему) [Звуковой корпус... 2013] (подробнее о корпусе САТ см. также: [Богданова-Бегларян и др. 2019а]). **Целью** работы стал анализ обрыва как разновидности «точки сбоя» в спонтанном речепорождении, а также причин его возникновения и способов «выхода» говорящего из коммуникативного затруднения.

Корпусный материал анализировался в работе в следующих аспектах.

1. Тип операции отмены (см. подробнее: [Филиппова 2010; Звуковой корпус... 2013: 427–434]):

- нулевая отмена (оборванное слово повторяется (договаривается) без всякой коррекции);

- частичная отмена (повтор с коррекцией);

- полная отмена (оборванное слово брошено, говорящий к нему больше не возвращается, хотя коррекцию всего высказывания всё же обычно осуществляет).

2. Способ выхода говорящего из «точки сбоя»:

- on-line (мгновенно, сразу после обрыва);

- off-line (дистантно).

Оба эти аспекта учитываются в дальнейшем контекстном анализе материала.

3. Обрыв как гезитационное явление

Обрыв – это своеобразное «заикание» говорящего, когда в потоке речи он сбивается, обрывает слово и часто затем повторяет его [Звуковой корпус... 2013: 179]; это разновидность гезитационных явлений, одна из «характернейших особенностей спонтанной устной речи (как непринужденной, разговорной, так и более официальной), отражающей ее сиюминутность, творческий характер» [Фонетика спонтанной речи 1988: 144]. Обрывы рассматриваются в настоящей работе в аспекте **текстообразования**, поскольку к их появлению приводят, в частности, «любые изменения первоначальных намерений говорящего, так называемые “перестройки на ходу”, которые затрудняют выражение законченной мысли» [Звуковой корпус... 2013: 425].

Текстообразование устной речи обнаруживает закономерности, существенно отличающие ее от организации письменной речи и реализующиеся в различного рода коррекциях. Суть **коррекции** при этом понимается как «такое соотношение текста до и после *точки сбоя* (здесь и далее в цитате курсив авторов. – Н. Б.-Б.), когда сообщаемое после *точки сбоя* не вполне соответствует уже сказанному» [Звуковой корпус... 2013: 425] (о

коррекции речевых сбоев см. также: [Подлеская, Кибрик 2005; Рассказы о сновидениях 2009]).

Рассмотрим подробнее все выявленные на корпусном материале причины обрыва.

1. **Обычная хезитация**, в том числе в ходе припоминания слова или события при пересказе:

1) *и тогда когда нервы у всех сдали решили позвать / э-э сына / с-с... деревенского сапожника Лёньку* (off-line) (И1-Б, пересказ сюж.);

2) *примет на све... / на свете очень много* (on-line) (И19-А, пересказ несюж.)¹.

Видно, что обрыв возможен в спонтанной речи любого говорящего, особенно при реализации таких трудных коммуникативных сценариев, каким является пересказ – на фоне описания изображения и свободного рассказа [Куканова 2009; Хан 2013; Звуковой корпус... 2013]. В обоих приведенных примерах видим результат операции нулевой отмены: слово после обрыва договаривается без всякой коррекции.

Близки к данному типу и обрывы, вызванные не столько необходимостью подумать и что-то припомнить, сколько просто фонетической трудностью задуманного говорящим слова, которое не удастся произнести с ходу, ср.:

3) *целый день распро... распрограммирован по часам* (И30-В, рассказ).

Неудивительно, что такие сложности возникают чаще всего у информантов с низким уровнем речевой компетенции.

2. **Перфекционизм**: говорящий, уже начав произносить слово, которое его вполне устраивает, решает всё же распространить его, «украсить» или просто уточнить свою речь: см. выше контекст (1), а также:

4) *э-э после / чего / он / э-э з... / приятно / замурлыкал / и / как-то успокоился* (off-line) (И21-А, пересказ сюж.);

5) *но опять-таки не все наши учителя побыва... / побыва... / иностранных языков побывали за рубежом* (И23-Б, рассказ).

Во всех таких случаях можно видеть off-line реакцию говорящего на обрыв. Фактически это та же хезитация, но «закамуфлированная» под попытку сделать речь точнее, ярче, выразительнее. Видно также, что порой обрыв в устной речи встраивается в цепочку других хезитационных явлений (неречевые звуки, или вокализации (э-э), физические паузы хезитации). При отсутствии коррекции оборванного слова здесь снова можно говорить об операции нулевой отмены, хотя коррекция всей фразы всё же имеет место.

¹ Обрыв и договоренное слово в примерах выделены. Реакция говорящего на речевой сбой может быть дистантной (off-line) (1) или мгновенной (on-line) (2). Буквы после номера информанта (И) обозначают уровень его речевой компетенции: А – высокий, Б – средний, В – низкий.

3. Выбор слова из пары синонимов, в том числе контекстуальных:

6) *он стащил со стола кусок ливерной колбасы и уш... / и забежал с ним / залез наверх / и залез с ним на берёзу (on-line/off-line) (И20-А, пересказ сюж.);*

7) *вра... / доктор предположил что у него по-видимому имеется и депрессивный синдром и / есть э-э проблемы / со здоровьем в связи с наличием и избыточного веса (on-line) (И21-А, описание сюж.).*

В контексте (6) перед нами контекстуальные синонимы (*уйти – забежать – залезть*), перебирая которые в «режиме реального времени» и используя каждый раз операцию полной отмены, говорящий ищет слово, семантически максимально подходящее к описываемой ситуации: *кот на дерево*, конечно, *залез*, а не *ушёл* и не *забежал*. Именно глагол *залез* говорящий в конце концов повторяет, убедившись окончательно в правильном выборе. Тот факт, что начал информант с семантически не подходящего глагола *ушёл*, можно объяснить частотностью этой единицы в русском языке: 413,3 IPM (instances per million words – вхождений на миллион слов) vs 21,4 IPM для *забежать* (данных для формы *забежал* в словаре не нашлось) и 10,1 IPM для *залезть* (здесь и далее все такие данные приводятся по словарю: [Ляшевская, Шаров 2009]). Видно, насколько частотнее в русском языке – а значит, надо полагать, и в нашем ментальном лексиконе – глагол *уйти* на фоне *забежать* и *залезть*. Немудрено, что до правильного *залезть* в ходе произведенного гезитационного поиска говорящий добрался в последнюю очередь. Первый глагол в его реплике родился почти автоматически (воспроизводство готового, лежащего, что называется, на поверхности), а последний – в результате некоторых ментальных усилий (производство того, что лежит более «глубоко» в нашем ментальном словаре).

Пример (6) демонстрирует, кроме того, возможность двойной последовательной коррекции: *ушёл – забежал – залез*.

В примере (7) можно, по-видимому, говорить о лексических приоритетах: *врач – доктор*, что также может быть связано с частотностью данных лексем: 173,9 IPM для лексемы *врач* vs 46,6 IPM для лексемы *доктор*. Так же обстоит дело и во всех других контекстах, которые приводятся ниже.

4. Выбор слова из пары единиц, близких семантически:

8) *так // ну вот / э-э мужчина старш... / пожилой / э-э старше пятидесяти лет с избыточным весом / э-э пришёл на / приём / к врачу (on-line) (И21-А, описание сюж.);*

9) *он притащил рыбу засуну... / прицепил её на леску / и / стал / на эту / леску / этого кота / выуживать / из-под дома (on-line) (И33-В, пересказ сюж.).*

В контексте (8) «конкурируют» формы *старше пятидесяти лет* и *пожилой*: информант начал произносить первую единицу, синтаксически

более сложную, затем оборвал себя, использовал синтаксически простое и семантически близкое, но недостаточно конкретное прилагательное *пожилой*¹, подумал еще (э-э) – и вернулся к тому, с чего начинал. Анализ линейного развертывания реплики (движения динамического фокуса внимания [Звуковой корпус... 2013: 423]) позволяет увидеть весь ход мысли говорящего, что интересно в аспекте и когнитивистики, и социо- и психолингвистики.

«Конкуренция» глаголов *засунуть* и *прицепить* в контексте (9) связана не только с их семантической близостью, но и с процессом припоминания последовательности тех действий, о которых шла речь в исходном тексте: сначала *рыбу прицепили на леску*, а уж потом *засунули под дом*. Видно, таким образом, что к обрыву в данном случае привели сразу несколько причин: и семантическая близость использованных глаголов, и hesitation, сопровождающая припоминание прочитанного, и повышенный «контроль качества» речи со стороны говорящего. Частотность глагола *засунуть*, который первым «пришел на язык» говорящему, в русском языке не слишком высока (13,9 IPM), но глагол *прицепить* вообще не попал в словник частотного словаря, что свидетельствует о его еще более низкой употребительности.

Из операций отмены в контексте (9) снова использована полная: одно слово заменено другим (*засуну... → прицепил*); а в контексте (8) можно видеть двойную коррекцию, хотя и не такую последовательную, как в примере (6): сначала говорящий использовал операцию полной отмены (*старш... → пожилой*), а потом – операцию нулевой отмены, но уже по отношению не к последнему, а к первому слову (*старш... → старше пятидесяти лет*).

5. Выбор слова из пары антонимов:

10) *в центре картины / в св... в тени старых лип спрятался спряталась маленькая деревянная постройка // в виде погребца (on-line) (И29-В, описание несуж.);*

11) *так как мы сидели рядом со вхо... / с выходом на арену / то он всё время давал какие-то комментарии (И15-А, рассказ).*

В контексте (10) информант начинает произносить вместо правильного (действительно правильного в описании конкретного изображения)² слова *тень* его антоним *свет*, который, по данным словаря, практически

¹ МАС определяет слово *пожилой* как 'начинающий стареть, немолодой' [МАС 1984: 235], что, конечно, менее конкретно, чем *старше пятидесяти лет*.

² Исходными (первичными) текстами для чтения и пересказа в данном блоке САТ стали: фрагмент из рассказа К.Г. Паустовского «Кот-ворюга» (сюжетный); фрагмент из повести того же автора «Мещорская сторона» – «Несколько слов о приметах» (несюжетный). Для описания информантам были предложены следующие изображения: рассказ в картинках Х. Бидструпа «Здоровый отдых» (сюжетный); репродукция с картины И. Шишкина «Старые липы» (несюжетная). Темой свободного монолога стал рассказ об отдыхе – в отпуске или в выходные.

в десять раз частотнее *тени*: 219,2 vs 22,7 IPM. Фактор частотности в ситуации спонтанного речепорождения в очередной раз оказывается важнее значения. Аналогичная ситуация и в примере (11), в «конкуренции» слов *вход* (51,7 IPM) и *выход* (40,3 IPM).

В обоих примерах видим операцию полной отмены: неправильное слово брошено и заменено правильным.

6. Выбор одного из фонетических вариантов нужного слова:

12) *э-э мы слышали чавканье потянули за лёс... / за леску и наконец / э-э кот предстал / перед нами / во всём своём облике* (on-line) (И26-Б, пересказ сюж.).

Ошибочно начатое слово оборвано и заменено правильным фонетическим вариантом – осуществлена операция частичной отмены.

7. Употребление идиомы или иной «нетривиальной» единицы:

13) *слушай Питер ты очень плохо выглядишь тучный гла... / в гла... / взора нету в глазах блеска никакого // тебе надо отдохнуть* (off-line) (И29-В, описание сюж.);

14) *кот представлял с-с... из себя очень жалкий вид* (on-line) (И4-В, пересказ сюж.).

В контексте (13) дважды оборванное слово *гла...* в конце концов повторяется без всякой коррекции: налицо операция нулевой отмены. Думается, что обрывы как хезитационные явления в данном случае связаны не с этим конкретным словом, а со всей идиомой в целом (*в глазах нет блеска*), которую говорящий не сразу, но всё же воспроизвел.

В примере (14) фактически перед нами снова обрыв, связанный с выбором – на этот раз одного из вариантов устойчивого выражения: *представлять собой vs представлять из себя*. В такой последовательности даёт эти варианты Словарь русского языка под редакцией А.П. Евгеньевой [МАС 1984: 372], вероятно, поэтому именно так они «приходят на язык» и говорящему, т. е. снова работает фактор частотности языковой единицы. В контексте осуществлена операция частичной отмены.

8. **Грамматическая коррекция** – выбор одного из грамматических вариантов:

15) *если ве... [вечером] / с вечера стелется такой / э-э по земле / обильный туман то это тоже к хорошей погоде* (on-line) (И29-В, пересказ несюж.);

16) *здесь его вроде бы не... [видно] небо мы совсем не видим* (off-line) (И2-Б, описание несюж.).

Такая причина обрыва проявляет себя прежде всего в интерферирующей русской речи иностранцев (см., например: [Чэн Чэнь 2018]). В русской речи носителей языка оговорки грамматического типа, впрочем, тоже не редкость, ср.: «Из 500 различного рода “неправильностей”, встретившихся в устной спонтанной речи на русском языке, 120 – почти четверть – связаны с нестандартным оформлением словоформы в различ-

ных морфологических категориях. <...> Это неудивительно: механизмы речевой деятельности, связанные с морфологическим оформлением словоформы, являются, с одной стороны, неотъемлемой частью синтаксирования, а с другой – действуют в рамках слова» [Русакова 2013: 40]. Близкие к этим данные получены и в работе [Завадская, Богданова-Бегларян 2019]: 37 % всего массива оговорок, выявленных на корпусном материале, составили грамматические, вероятность которых в монологе (корпус SAT) оказалась в два раза выше, чем в диалоге (корпус ОРД)¹ – 0,045 vs 0,02 %. И снова можно предположить, что одной из причин появления грамматических речевых сбоев является частотность той или иной словоформы – см. «Частотный словарь словоформ русского языка (проект)» А.В. Венцова и Е.В. Грудевой, который авторы определяют как «первую в истории составления частотных словарей русского языка попытку организовать по частоте встречаемости не лексемы, а акцентно размеченные словоформы» [Венцов, Грудева 2008: 2].

В обоих приведенных контекстах налицо коррекция, т. е. осуществлена операция частичной отмены.

9. Ошибка в предшествующем слове:

17) *когда кот вытащили он / э-э поджал уши зажал хв... / поджал хвост (off-line) (И20-А, пересказ сюж.);*

18) *ну место такое глухое кажется что ивы разро... / липы разрослись (off-line) (И6-В, описание несюж.);*

19) *это было поздний ве... / был поздний вечер (И18-А, рассказ).*

Такого рода коррекция наступает чаще в режиме off-line по отношению к ошибочному слову, но мгновенно (on-line) после обрыва, который как раз и свидетельствует о том, что говорящий заметил сделанную ошибку. По отношению к ошибочному слову в контекстах (17), (18) осуществлена операция полной отмены: *зажал* → *поджал*, *ивы* → *липы*.

В контексте (19) произведена операция частичной отмены и коррекция ошибочной грамматической формы: *было* → *был*.

10. Оговорка, возникающая чаще всего по фонетическим причинам:

20) *это старый пору... / полуразвалившийся дом (on-line) (И22-А, описание несюж.);*

21) *там это в тайге // охотничья иж... избушка (on-line) (И32-В, описание несюж.).*

Такие коррекции чаще совершаются в режиме on-line и демонстрируют операцию частичной отмены: произведена фонетическая коррекция оборванного слова.

11. Наконец, встретились в материале исследования и обрывы, когда оборванное слово просто брошено и не заменено никаким другим

¹ См. о нем подробнее: [Русский язык повседневного общения 2016; Богданова-Бегларян и др. 2019б].

(операция полной отмены, коррекция не производится ни on-line, ни off-line), ср.:

22) ну мне это нравится // **жс-жс...** ну этот отдых / нравится (И4-В, рассказ);

23) ну так по дому **де...** / по дому в общем-то (И5-В, рассказ).

Во всех таких случаях, впрочем, по контексту вполне можно предположить, что именно хотел сказать говорящий: *жарко* или *жара* в (22), *делаю* в (23). Обрыв и здесь связан с «изменением первоначальных намерений говорящего», демонстрирует «перестройку на ходу», что в целом свойственно спонтанному речепорождению.

4. Выводы

Произведенный анализ показал, что обрыв как гезитационное явление встречается в речи всех говорящих и во всех типах монологов. Важен не тип сценария, а сам факт спонтанного речепорождения.

Говорящий чаще договаривает оборванное слово; случаев полной отмены сказанного – немного.

Слово чаще договаривается без всякой коррекции – до 60 %.

Мгновенная реакция на обрыв преобладает во всех типах текстов и в речи всех говорящих.

В случаях off-line реакции дистанция всегда минимальна.

Анализ причин появления обрыва в целом свидетельствует о внимании говорящего к качеству своей речи.

Анализ обрыва как гезитационного явления позволяет увидеть как причины возникновения «точки сбоя» (коллоквиалистика), так и способы «выхода» говорящего из коммуникативного затруднения (психолингвистика и когнитивистика).

Список литературы

- Богданова-Бегларян Н.В., Блинова О.В., Зайдес К.Д., Шерстинова Т.Ю. Корпус «Сбалансированная аннотированная текстотека» (САТ): изучение специфики русской монологической речи // Труды Института русского языка им. В.В. Виноградова. Вып. 21: Национальный корпус русского языка: исследования и разработки / гл. ред. А.М. Молдован; отв. ред. вып. В.А. Плунгян. М., 2019а. С. 111–126. DOI: 10.31912/pvrl-2019.21.6.
- Богданова-Бегларян Н.В., Блинова О.В., Мартыненко Г.Я., Шерстинова Т.Ю. Корпус русского языка повседневного общения «Один речевой день»: текущее состояние и перспективы // Труды Института русского языка им. В.В. Виноградова. Вып. 21: Национальный корпус русского языка: исследования и разработки / гл. ред. А.М. Молдован; отв. ред. вып. В.А. Плунгян. М., 2019б. С. 100–110. DOI: 10.31912/pvrl-2019.21.5.
- Венцов А.В., Грудева Е.В. Частотный словарь словоформ русского языка: Проект: моногр. Череповец: Череповец. гос. ун-т, 2008. 203 с.
- Завадская Ю.О., Богданова-Бегларян Н.В. Оговорка как специфическая составляющая устной спонтанной речи (монолог vs диалог) // Вестник Пермского

- университета. Российская и зарубежная филология. 2019. Т. 11. Вып. 1. С. 14–24. DOI: 10.17072/2073-6681-2019-1-14-24.
- Звуковой корпус как материал для анализа русской речи: коллектив. моногр. / отв. ред. Н.В. Богданова-Бегларян. Ч. 1: Чтение. Пересказ. Описание. СПб.: Филол. фак. СПбГУ, 2013. 532 с.
- Куканова В.В. Лингвистический анализ репродуцированных текстов (на материале звукового корпуса русской речи юристов): дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2009. 329 с.
- Ляшевская О.Н., Шаров С.А. Частотный словарь современного русского языка: на материалах Национального корпуса русского языка. М.: Азбуковник, 2009. 1112 с.
- МАС – Словарь русского языка: в 4 т. / под ред. А.П. Евгеньевой. 2-е изд., испр. и доп. М.: Русский язык, 1984. Т. III: П–Р. 750 с.
- Плунгян В.А. Корпус как инструмент и как идеология: о некоторых уроках современной корпусной лингвистики // Русский язык в научном освещении. 2008. № 16 (2). С. 7–20.
- Подлеская В.И., Кибрик А.А. Коррекция сбоев в устной спонтанной речи: опыт корпусного исследования // Компьютерная лингвистика и информационные технологии: тр. междунар. конф. «Диалог». М., 2005. URL: <http://www.dialog-21.ru/media/2416/podlesskaya-kibrik.pdf> (дата обращения: 15.06.2020).
- Рассказы о сновидениях: корпусное исследование устного русского дискурса: моногр. / под ред. А.А. Кибрик, В.И. Подлеская. М.: ЯСК, 2009. 733 с.
- Русакова М.В. Элементы антропоцентрической грамматики русского языка. М.: Языки славянской культуры, 2013. 568 с.
- Русский язык повседневного общения: особенности функционирования в разных социальных группах: коллектив. моногр. / под ред. Н.В. Богдановой-Бегларян. СПб.: ЛАЙКА, 2016. 244 с.
- Филиппова Н.С. Принципы построения устного описательного дискурса (на материале русской спонтанной речи): дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2010. 223 с.
- Фонетика спонтанной речи / ред. Н.Д. Светозарова. Л.: Изд-во ЛГУ, 1988. 245 с.
- Хан Н.А. Устные спонтанные монологи разного типа в коммуникативно-дискурсивном аспекте (на материале Звукового корпуса русского языка): дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2013. 286 с.
- Чэн Чэнь. Хезитации в русской устной речи носителей китайского языка: дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2018. 208 с.
- Шмелев А.Д. Языковые факты и корпусные данные // Русский язык в научном освещении. 2010. № 19 (1). С. 236–265.

References

- Bogdanova-Beglarian, N.V. (Ed.) (2016), *Russkii yazyk povsednevnogo obshcheniya: osobennosti funktsionirovaniya v raznykh sotsial'nykh gruppakh* [Everyday Russian Language in Different Social Groups], Collective Monograph, St. Petersburg, LAIKA publ., 244 p. (in Russian).
- Bogdanova-Beglarian, N.V. (Ed.) (2013), *Zvukovoi korpus kak material dlya analiza russkoi rechi* [Speech Corpus of Russian as a Material for the Speech Analysis],

- Collective Monograph, Pt. 1: Chtenie. Pereskaz. Opisanie [Reading. Retelling. Description], St. Petersburg, Faculty of Philology of St. Petersburg State University publ., 532 p. (in Russian).
- Bogdanova-Beglarian, N.V., Blinova, O.V., Martynenko, G.Ya., Sherstinova, T.Yu. (2019b), Russian everyday speech corpus “One day of speech”: current state and perspectives. *Proceedings of the V.V. Vinogradov Russian Language Institute*, No. 21: The Russian National Corpus: Research and Development, Moscow, pp. 100-110. DOI: 10.31912/pvrli-2019.21.5. (in Russian).
- Bogdanova-Beglarian, N.V., Blinova, O.V., Zaides, K.D., Sherstinova, T.Ju. (2019a), Corpus “Balanced annotated text collection (textotec)” (SAT): studying the specificity of Russian monological speech. *Proceedings of the V.V. Vinogradov Russian Language Institute*, No. 21: The Russian National Corpus: Research and Development, Moscow, pp. 111-126. DOI: 10.31912/pvrli-2019.21.6. (in Russian).
- Cheng, Chen (2018), *Khezitatsii v russkoi ustnoi rechi nositelei kitaiskogo yazyka* [Hesitations in the Russian spoken language of Chinese speakers], PhD Thesis, St. Petersburg, 208 p. (in Russian).
- Evgen'eva, A.P. (Ed.) (1984), *Russian Dictionary*, in 4 volumes, 2nd ed., Moscow, Russkii yazyk publ., Vol. 3, 750 p. (in Russian).
- Filippova, N.S. (2010), *Printsipy postroeniya ustnogo opisatel'nogo diskursa (na materiale russkoi spontannoi rechi)* [The principles of constructing oral descriptive discourse (based on Russian spontaneous speech)], PhD Thesis, St. Petersburg, 223 p. (in Russian).
- Khan, N.A. (2013), *Ustnye spontannye monologi raznogo tipa v kommunikativno-diskursivnom aspekte (na materiale Zvukovogo korpusa russkogo yazyka)* [Oral spontaneous monologues of different types in the communicative-discursive aspect (based on the material of the sound corpus of the Russian language)], PhD Thesis, St. Petersburg, 286 p. (in Russian).
- Kibrik, A.A., Podlesskaya, V.I. (Eds.) (2009), *Rasskazy o snovideniyakh: Korpusnoe issledovanie ustnogo russkogo diskursa* [Night dream stories: A corpus study of spoken Russian discourse], Moscow, YaSK publ., 733 p. (in Russian).
- Kukanova, V.V. (2009), *Lingvisticheskiy analiz reproduitsirovannykh tekstov (na materiale zvukovogo korpusa russkoi rechi yuristov)* [Linguistic Analysis of Reproduced Texts (Based on the Material of the Sound Corpus of Russian Speech by Lawyers)], PhD Thesis, St. Petersburg, 329 p. (in Russian).
- Lyashevskaya, O.N., Sharov, S.A. (2009), *Chastotnyi slovar' sovremennogo russkogo yazyka (na materialakh Natsional'nogo korpusa russkogo yazyka)* [Frequency Dictionary of the Modern Russian Language (Based on the Materials of The National Corpus of the Russian Language)], Moscow, Azbukovnik publ., 1112 p. (in Russian).
- Plungyan, V.A. (2008), Korpus kak instrument i kak ideologiya: o nekotorykh urokakh sovremennoi korpusnoi lingvistiki [The Corpus as an Instrument and as Ideology: on Some Lessons of Modern Corpus Linguistics]. *Russian Language and Linguistic Theory*, No. 16 (2), pp. 7-20. (in Russian).
- Podlesskaya, V.I., Kibrik, A.A. (2005), Korrektsiya sboev v ustnoi spontannoi rechi: opyt korpusnogo issledovaniya [Correction of Failures in Spontaneous Oral Speech: Case Study Experience]. *Computational Linguistics and Intellectual Technolo-*

- gies*, Papers from the Annual International Conference “Dialogue”, Moscow, available at: <http://www.dialog-21.ru/media/2416/podlesskaya-kibrik.pdf> (accessed date: June 15, 2020). (in Russian).
- Rusakova, M.V. (2013), *Elementy antropotsentricheskoj grammatiki russkogo yazyka* [Elements of the Anthropocentric Grammar of the Russian Language], Moscow, Yazyki slavyanskoi kul'tury publ., 568 p. (in Russian).
- Shmelev, A.D. (2010), Yazykovye fakty i korpusnye dannye [Language Facts and Corpus Data]. *Russian Language and Linguistic Theory*, No. 19 (1), pp. 236-265. (in Russian).
- Svetozarova, N.D. (Ed.) (1988), *Fonetika spontannoi rechi* [Phonetics of Spontaneous Speech], Leningrad, Leningrad State University publ., 245 p. (in Russian).
- Ventsov, A.V., Grudeva, E.V. (2008), *Frequency Dictionary of Russian Word Forms: Project*, Cherepovets, Cherepovets State University publ., 203 p. (in Russian).
- Zavadskaya, Ju.O., Bogdanova-Beglarian, N.V. (2019), Slips of the tongue as a specific component of oral spontaneous speech (monologue vs dialogue). *Perm University Herald. Russian and Foreign Philology*, Vol. 11, Iss. 1, pp. 14-24. DOI: 10.17072/2073-6681-2019-1-14-24. (in Russian).

THE BREAKAGE IN AN ORAL MONOLOGUE AS A “POINT OF FAILURE” AND WAYS TO OVERCOME IT

N.V. Bogdanova-Beglarian

St. Petersburg State University (St. Petersburg, Russia)

Abstract: The article is devoted to the break as a “point of failure” in spontaneous speech. The analysis of monologues from the “Balanced Annotated Text Library” showed that the speaker more often finishes a broken word, performing self-correction. And the word usually finished without any changes (57.9 % of all breaks are associated with a zero cancellation). Instant (on-line) reaction to the break also prevails over the off-line reaction in almost all types of texts (retelling, description of the image and story). Various causes can lead to the breakage: (1) ordinary hesitation (*na sve... – na svete*); (2) some perfectionism of the speaker: having already begun to utter the word, he still decides to spread, “decorate”, it (*on z... – priyatno zamurlykal*); (3) word selection from a pair of synonyms (*vra... – doktor*), including contextual ones (*ush... – zabezhal – zalez*), words that are semantically close (*zasunu... – pritsepil*), antonyms (*v sv... – v teni*), grammatical (*ve... [vecherom] – s vechera*) or phonetic (*za lyos... – za lesku*) variants; (4) attempt to pronounce an idiom or other “non-trivial” unit (*gla... – v gla... – vzora netu v glazakh bleska nikakogo*); (5) an error in the previous word (*ivy razro... – lipy razroslis*); (6) the speaker's blooper (*izh... – izbushka*). The analysis of the breaks as a hesitation phenomenon allows us to see both the causes of the emergence of the “point of failure” (colloquialisms) and the ways of the speaker's “exit” from the communicative difficulty (psycholinguistics and cognitive science).

Key words: monologue, everyday speech, communicative difficulty, “point of failure”, self-correction, cancellation operation, hesitational phenomenon, slip of the tongue.

For citation:

Bogdanova-Beglarian, N.V. (2020), The breakage in an oral monologue as a “point of failure” and ways to overcome it. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 3, pp. 555-567. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(3).555-567. (in Russian).

About the author:

Bogdanova-Beglarian, Natalia Viktorovna, Prof., Professor of the Department of Russian Language

Corresponding author:

Postal address: 11, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russia

E-mail: n.bogdanova@spbu.ru

Acknowledgements:

The presented research was supported by the Russian Foundation for Basic Research, project 17-29-09175 “Diagnostic Features of Sociolinguistic Variation in Everyday Spoken Russian (based on the Material of Sound Corpus)”

Received: June 23, 2020

Revised: July 6, 2020

Accepted: August 13, 2020

ЮМОР КАК СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ЯВЛЕНИЕ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ

О.Н. Болдырева¹, Ао Линлу², Сунь Жаньжань³

¹ *Калмыцкий государственный университет им. Б.Б. Городовикова
(Элиста, Россия)*

^{2,3} *Университет Внутренней Монголии (Хух-Хото, Китай)*

Аннотация: Язык является незаменимым инструментом социального общения, сохранения и передачи культурного наследия, обеспечения национального развития, он отражает прогресс человеческой цивилизации и социального развития во все времена. Языковой юмор часто отражает мудрость народов и красочное использование речи. Происхождение языкового юмора должно не только следовать прагматическим принципам, заложенным в язык, но также опираться на опыт, накопленный тем или иным народом и перенимаемый последующими поколениями, а также на иные особенности данного языка и социальные сюжеты, а затем интегрировать национальную культуру и традиционную цивилизацию. В данной статье изучаются различия между юмористическими методами китайского и русского языков, что способствует изучению особенностей русского и китайского обществ и национальных культур, а также освоению правил русской и китайской культуры и самовыражения. Фиксируется большая разница между русским и китайским языками в использовании юмористических средств, но вместе с тем отмечаются некоторые сходства. Утверждается, что только полностью понимая значение юмористического языка, мы можем правильно судить о нем.

Ключевые слова: китайское чувство юмора, национальная культура, шутка, язык, социальный феномен, русский юмор.

Для цитирования:

Болдырева О.Н., Ао Линлу, Сунь Жаньжань. Юмор как социокультурное явление в русском и китайском языках // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 3. С. 568–581. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(3).568-581.

Сведения об авторах:

¹ **Болдырева Ольга Николаевна**, кандидат исторических наук, старший преподаватель кафедры русского языка как иностранного и общегуманитарных дисциплин

² **Ао Линлу**, магистрант факультета русского языка Института иностранных языков

³ **Сунь Жаньжань**, студент

Контактная информация:

¹ Почтовый адрес: 358000, Россия, Элиста, ул. Ленина, 226

^{2,3} Почтовый адрес: 010021, Китай, Внутренняя Монголия, Хух-Хото, Западная дорога, 235

¹ E-mail: olya.boldyreva2013@yandex.ru

² E-mail: 734981395@qq.com

³ E-mail: 1758794401@qq.com

Дата поступления статьи: 24.04.2020

Дата рецензирования: 26.04.2020

Дата принятия в печать: 13.08.2020

1. Введение

Китайский юмор сам по себе очень специфичен по нескольким причинам. Прежде всего следует указать коллективизм, вследствие которого человек воспринимается в основном как часть общества, народа, которая необходима для выполнения определенных целей, а не как индивидуальная единица.

Если же говорить о сущности или специфике русского юмористического языка, следует отметить две важные особенности: установку на принцип перевернутости и его связь с национальной традицией, русской ментальностью. Многие исследователи также отмечают, что современный отечественный юмор определяется представителями различных национальных меньшинств.

Цель данной статьи – изучить различия между юмористическими методами китайского и русского языков. Задачи: определить роль юмора в современном социуме; проанализировать особенности китайского и русского юмора; проанализировать трудности понимания китайского юмора. Актуальность исследования определяется контекстом развития двусторонних российско-китайских отношений на современном этапе. Для этого необходимо знать ряд культурных, исторических и языковых особенностей обеих сторон, соответственно, данный языковой аспект ставит целый ряд вопросов, требующих разрешения как на теоретическом, так и на практическом уровнях.

Мы не ставим перед собой задачу дать подробный обзор исследований, посвященных комическому в различных науках, в частности лингвистике, поскольку уже дано детальное и содержательное описание работ на эту тему, см., напр.: [Борев 1970, 2002; Дземидок 1974; Бергсон 1992; Дмитриев 1998; Кулинич 2004; Столович 1999; Желтухина 2000; Карасик А.В. 2001; Москвин 2008].

Мы рассмотрим лишь те положения, которые имеют наибольшее значение для разрабатываемой нами проблемы. Комический дискурс мо-

жет сопровождаться не только смехом, но и гаммой других эмоциональных реакций – от удивления, покраснения лица до обиды, конфликта и т. д. [Ван Цзиньлин 2003; Карасик А.В. 2001; Карасик В.И. 2002, 2012; Шаховский 2008] – в зависимости от типа общения, тональности, статуса собеседников, вида комического акта. Отсюда разнообразие семантических оттенков слов, связанных с комизмом: улыбка, смех, хохот, ухмылка, усмешка, юмор, злорадство, сарказм, ирония и др. [Желтухина 2000; Болдарева 2002; Морозова 2013; Стернин 2003; Попченко 2005; Шаховский 2008; Шилихина 2014]. В парадигме комического существуют такие явления, как циничный смех, язвительная ухмылка, злорадный хохот, черный юмор и т. д.

В культурологии и межкультурной коммуникации акцентируется национальная специфика комического, при этом исследователи отмечают, что безупречное знание иностранного языка далеко не всегда предполагает способность воспринимать юмор чужой культуры, поскольку он непосредственно связан с национальным менталитетом [Кулинич 2004; Карасик А.В. 2001; Леонтович 2011; Балина 2005; Кузнецов 2005; Ситова 2013]. В частности, М.А. Кулинич указывает на то, что «изучение юмора способствует пониманию как собственной, так и чужой (иностранной) культуры, разницы в трактовке образов себя и других. При сравнении разных культур на передний план выходят элементы этнографии и этнопсихологии, к которым можно отнести национальную гордость, самосознание, черты национального характера. Все эти элементы отчетливо проявляются в национальном юморе, как на высоком (литературном) уровне, так и на приземленном...» [Кулинич 2000: 33].

В настоящее время данной проблеме уделяет внимание ряд исследователей, которыми рассматриваются национально-специфические китайские нарративные жанры, такие как «чуанци», «хуабэнь», «хуагу», «эржэньчжуань», «шулайбао» и др. [Косинова 2017; Калачинская 2016; Леонтович, Симоненко 2016]. Однако делается акцент на жанрах «сяншэн», «куайбань», а также китайской нарративной песне, их структуре, формату, особенностям исполнения, языковой специфике и интертекстуальным связям.

В китайской историографии можно выделить авторов, которые занимаются изучением китайского юмора, см., напр.: [Чжан Сяохэн 2009; Цзэн Сюнь 2006; Су Сюэлинь 2009; Сан Цзыхун 2007; Пэн Цзюань 2005; Чжан Чжэ 2011; Ван Цзиньлин 2008; Сан Цзыхун 2007; Моу Шуангшуанг 2015; Лю Лисья 2010; Ли Ин 2013; Конг Япин 2001]. Они занимаются изучением и сравнительным анализом китайского юмористического сленга с русским, а также интерпретацией когнитивных механизмов языкового юмора с позиции теории релевантности и теории концептуальной интеграции.

Научная новизна работы заключается в рассмотрении китайского комического дискурса и его жанрового своеобразия, что до сих пор не

являлось объектом комплексного научного анализа в контексте лингвокультурологии, теории дискурса и генристики.

Не изучив историю становления языков, очень трудно понять настоящее. В истории каждого языка есть определенные особенности, которые повлияли на его становление. В ходе нашего исследования мы опирались на метод сравнения, так как его использование позволяет выявить сходные и отличительные черты двух языков. Соответственно, предметом нашего исследования является словарный состав китайского и русского языков, объектом исследования выступили слова русского и китайского языков, зафиксированные в двуязычном словаре.

2. Представление результатов / Обсуждение

Юмористический язык каждого народа также отличается своими национальными особенностями. Язык юмора в полной мере отражает народную мудрость, а также является важным свидетельством яркости национальных языка и культуры. Поэтому часто говорят, что юмористический язык – это полная интеграция и отражение национальной мудрости и яркой культуры языка. Как у одной из важных ветвей индоевропейской языковой семьи, у русского языка также есть сильные национальные, региональные, социальные и религиозные особенности юмора. Китай имеет историю протяженностью в 5 тысяч лет. Богатство китайского языка не имеет себе равных. Использование юмора в китайском языке бесконечно и красочно. Юмористические методы китайского языка весьма разнообразны. Они имеют много общего с русскими юмористическими словами, например социализацию. Однако есть и заметные различия, которые вызывают проблемы при переводе и при выражении правильного контраста между русскими и китайскими юмористическими словами.

2.1. Русские и китайские юмористические фонетические методы

Фонетика является одним из основополагающих аспектов языка и более важной частью языковой композиции. В устной коммуникации при изменении голоса часто возникают разительные отличия в семантике. Использование юмористических слов, составленных из фонетических элементов, также является очень распространенным методом. В общении – всестороннее использование фонологических элементов, таких как звуки, рифмы и тоны, или нарушение оригинальных языковых шаблонов и принципов для получения комедийных эффектов. В отличие от китайского языка, в русском юморе часто используются нестандартный язык, разговорная речь, типичные грамматические ошибки и интонационные изменения для достижения юмористических языковых эффектов. Например, сленг в русском языке определяется как «нестандартный язык», т. е. форма речи, которая не соответствует языковым стандартам и часто называется социальным диалектом. Эти нестандартные языки часто ис-

пользуются в русских анекдотах. Имитация способа и характеристик речи других людей является одним из важных проявлений комедии, а также распространенной формой юмористического выражения в речи. Например, в «грузинских» анекдотах легко обнаружить смешение мягких и жестких звуков грузинского языка, что также эквивалентно путанице при переводе некоторых диалектов на литературный китайский язык. Это также может вызвать сильный комический эффект.

Использование характеристик языкового произношения для шуток очень распространено в китайских юмористических словах. В традиционных китайских анекдотах особенности диалекта и характерной речи часто используются для создания типичных случаев юмористической атмосферы. Недоразумения, совпадения и гомофонические неверные интерпретации между диалектами и стандартными языками нередко употребляются для шуток. Например, в сычуаньском диалекте слово «обувь» созвучно со словом «ребенок». Люди, которые не понимают сычуаньский диалект, слыша это, неправильно поймут говорящего, что произведет комический эффект. Ритмические речевые формы, такие как «масляные» стихи и «гладкие» слова, также широко используются в речи и в юмористических комедийных выражениях. Например, «Пейте алкоголь при каждом приеме пищи, что в конечном итоге приведет к болезни» используется в китайском рассказе «Жалюзи». В китайском языке вино соответствует болезни. Вышеупомянутого случая достаточно, чтобы проиллюстрировать китайский юмор. Юмор также может быть замечен с использованием так называемой «летающей белизны» в речи, относящейся к общему методу ошибочного чтения или неверного толкования для достижения юмористических эффектов. Например, диалог в скетче «Вчера, сегодня, завтра», «Это мой муж, это моя мама», «Ши Ма Гуан разбил бак» в рассказе «День Матери Героев» относится к случаю создания комедийных сюжетов с использованием неправильного прочтения, неверного толкования и других «летающих трюков». Речевая пауза – это неожиданный комедийный эффект, который используется в случае разницы времени говорящего в речи или паузы в языковом ритме, чтобы вызвать семантическую трансформацию, двусмысленность или недопонимание. Например, в китайском фильме «Бесконечный» посетитель ресторана спрашивает у официанта: «Эта бутылка вина стоит 8888 юаней?» Официант отвечает: «Да. Хотите открыть?» Посетитель, заикаясь: «Открой, открой». После того как официант открывает вино, посетитель возмущается: «Ты издеваешься надо мной?» Слово «открыть» играет иную семантическую роль в сочетании с другими словами, поэтому данная фраза вызвала недопонимание со стороны официанта, ее следовало воспринимать как: «Вы, наверное, шутите?» [Лю Лисья 2010: 183] – что стало причиной комического эффекта.

2.2. Лексические средства юмористических слов

Слово – это единица дискурса, которая составляет язык, является важной частью диалогической речи, а также основным средством выражения мысли. В целом, толкование слов является фиксированным, а инерция формируется в умах людей. В процессе реального общения люди иногда неуместно используют фонетический словарь, что приводит к неоднозначности фрагментов языка [Чурсинова 2014: 32]. Слушатели по-разному понимают и выражают значения говорящих и писателей. Например, 秋波-秋天的菠菜 переводится «осенняя волна – осенний шпинат», но когда китайцы слышат это выражение, то понимают как подмигивание в знак симпатии. Произведенный языковой эффект остроумен и юмористичен, полон комедии. В русском юморе также часто используется подобная лексическая двусмысленность. Например, использование значений каламбура для создания недопонимания и получения диаметрально противоположных ответов. Русский лингвист В. Раскин отметил: «Шутка основана на противоположных отношениях между двумя различными языковыми структурами фреймов. Две структуры фреймов определяют двойной эффект смысловой структуры шутки» [Raskin 1985: 102]. В русском языке используются лексические многозначности, синонимы, гомофоны и идиомы для создания смешной ситуации, которая также является типичной для лексики русского языка в организации юмористических мостов.

2.2.1. Полисемия

В русском словаре очень распространено явление полисемии – наличие у слова нескольких значений. Если понимание контекста неверно, смысл теряется или становится прямо противоположным. В общении неоднозначность слов применяется для создания юмористических эффектов.

Абитуриента на вступительном экзамене спрашивают:

– Вы с Пушкиным знакомы?

– Нет.

– С Некрасовым, Чеховым, Толстым?

– Тоже нет.

– А с Лермонтовым, Горьким?

– Нет.

– Свободны!

Возле аудитории другой абитуриент спрашивает:

– Ну, как приняли?

– Нет, здесь только по блату. А я, оказывается, ни с кем не знаком!

[Ли Ин 2013: 125].

«Быть знакомым» имеет два значения: ‘о человеке, который о ком- / чем-то осведомлен’; ‘о человеке, который лично знаком с кем-то’. В примере вопрос экзаменатора, знает ли абитуриент известного писателя, из-за неправильного восприятия испытуемым понимается как вопрос о личном знакомстве. Это дает очень противоречивую реакцию, что, в свою оче-

редь, приводит к чрезвычайно комичному итогу. Подобное явление часто становится основной причиной ошибок изучающих русский язык.

2.2.2. Омонимия

Разные этнические языки имеют свое уникальное словообразование и фонетические аллегорические значения, очень распространены гомофонические разногласия, в русском языке это явление называется омонимией, в китайском – гомофонией. В русском словаре это явление интерпретируется как наличие того же произношения и голосовой оболочки при отличном смысловом значении. В его трактовке нетрудно видеть, что произношение гомофонов на русском языке очень строгое, в то время как китайцы объясняют близкие по произношению слова как консонанс [Пушкарский 2003: 99]. Однако некоторые ученые считают, что термин «гомофоническая форма» может более точно выражать материальный носитель различных гомофонических явлений [Пушкарский 2003: 100]. Поэтому в широком смысле русские гомофоны также включают в себя близкий консонанс.

Вокруг только и видишь, что вместо счастливого брака получается один лишь брак. Оглядываясь вокруг, вы видите, что счастливый брак на самом деле пустая трата времени. В первом случае слово «брак» означает союз женщины и мужчины, во втором – некачественный товар с изъяном [Кулинич 2004: 45].

Русские суффиксы и аффиксы часто произносятся со слабыми звуками и ассимиляцией согласного. Русский является флективным языком, и значения в нем в основном реализуются грамматическими изменениями в форме слова. Поэтому русские фонетические изменения также относительно сложны. Это также является достаточным условием для неоднозначных и преднамеренных недоразумений, часто используемых в русских анекдотах.

Это явление в китайском языке даже более распространено, чем в русском, и применение омонимов более разнообразно. Китайская фонетическая система является относительно простой, с 21 инициальной и 39 финалями. Существует только более 1 300 слогов, составленных из этих инициалей и финалей, которые представляют собой все морфемы китайского языка, и омонимы стали неотъемлемой частью китайской языковой семьи. Если гомофония русского языка – игра слов, то использование омонимов для формирования риторической формы каламбура является важной формой юмора в китайской литературе. Это также основное средство создания юмористических мостов в литературных произведениях. Например, в китайском романе «Троецарствие» есть персонаж – воин Чжан Фэй, фамилия матери которого – Ву, что означает «ничего не происходит». Впоследствии появилась китайская идиома «много шума из ничего», потому что Ву родила Фэя. Список таких случаев бесконечен, что в полной мере показывает, как часто они встречаются в китайском языке [Конг Япин 2001: 24].

3. Заключение

После сравнения русских и китайских юмористических слов нетрудно увидеть, что они имеют определенные сходства и различия, особенно при переводе с русского языка на китайский, и наоборот.

На основании всего изложенного сформулируем основные выводы:

1. При столкновении китайской и русской культур необходимо перестроить стереотипы родного языка на изучаемый язык. Изучающие иностранный язык часто допускают типологические ошибки, связанные с интерференцией. Такого рода ошибки являются устойчивыми; случайные ошибки возникают вследствие недостаточной отработки и изучения учебного материала.

2. Китайский язык как язык аналитического строя и русский язык как язык синтетического строя отличаются друг от друга формально-структурными характеристиками, которые предопределяют типологически значимые различия в лексике, представляющие собой одну из главных причин отсутствия полной эквивалентности в лексической системе двух языков. На материале интерференции языковых процессов возникает необходимость комплексного подхода к изучению данного языкового аспекта, в нашем случае – юмора как социокультурного явления в русском и китайском языках.

3. В русском языке разным частям речи присущи определенные морфологические показатели, а в китайском языке таких показателей практически нет. Поэтому одно и то же китайское слово может быть одновременно адекватным в русском языке и существительному, и прилагательному, и глаголу, обозначая и предмет, и признак, и действие: 能 (neng) – ‘мочь, можно’; 高兴 (gaoxing) – ‘радость, рад, радоваться’; 同意 (tongyi) – ‘согласие, согласный, согласиться’.

4. Под влиянием национальной культуры и традиций китайский язык в основном склонен к мотивированному, лаконичному и конкретному выражению лексического значения, не поощряется выражение значения в непривычной или непонятной для данного языка форме. В русском языке форма не имеет непосредственной связи со значением, и изменение лексической семантики может происходить без изменения словоформы. Это делает русский язык более открытым для развития переносных значений.

Список литературы

- Балина Л.Ф. Феномен смеха в культуре: автореф. дис. ... канд. филос. наук. Тюмень, 2005. 23 с.
- Бергсон А. Смех. М.: Искусство, 1992. 127 с.
- Болдарева Е.Ф. Языковая игра как форма выражения эмоций: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2002. 160 с.
- Борев Ю.Б. Эстетика. М.: Высшая школа, 2002. 511 с.

- Борев Ю.Б.* Комическое. М.: Искусство, 1970. 272 с.
- Ван Цзиньлин.* Теоретическая интерпретация понимания юмористического текста. Пекин, 2008. 165 с. (На кит. яз.).
- Дземидок Б.* О комическом. М.: Прогресс, 1974. 223 с.
- Дмитриев А.В.* Социология политического юмора: очерки. М.: РОССПЭН, 1998. 332 с.
- Желтухина М.Р.* Комическое в политическом дискурсе конца XX века. Русские и немецкие политики. М.: Ин-т языкознания РАН, 2000. 264 с.
- Калачинская Е.В.* Языковая игра в русских и китайских анекдотах // Теория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2016. № 3. С. 158–166.
- Карасик А.В.* Лингвокультурные характеристики английского юмора: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2001. 23 с.
- Карасик В.И.* Языковая матрица культуры. Волгоград: Парадигма, 2012. 448 с.
- Карасик В.И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
- Конг Ятин.* О лингвокультурных особенностях русского сленга // Обучение иностранным языкам в Шаньдуне. 2001. № 4. С. 22–25. (На кит. яз.).
- Косинова Л.В.* Конститутивные признаки китайских комических нарративных жанров // Язык и культура: сб. ст. XXVII Междунар. науч. конф. Томск, 2017. С. 330–334.
- Кузнецов Ю.А.* Лексико-семантическое поле смеха как фрагмент русской языковой картины мира: автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2005. 23 с.
- Кулинич М.А.* Лингвокультурология юмора (на материале английского языка): моногр. 2-е изд., испр. Самара: Изд-во СГПУ, 2004. 263 с.
- Кулинич М.А.* Семантика, структура и прагматика англоязычного юмора: автореф. дис. ... канд. культурологии. М., 2000. 41 с.
- Леонтович О.А.* Способы передачи культурных смыслов в контексте переводного юмористического дискурса // Бытие в языке: сб. науч. тр. к 80-летию В.И. Жельвиса. Ярославль: ЯГПУ, 2011. С. 149–162.
- Леонтович О.А., Косинова Л.В., Симоненко Н.Ю.* Лингвокультурная специфика китайских нарративных жанров // Жанры речи. 2016. № 2. С. 87–95. DOI: 10.18500/2311-0740-2016-2-14-87-95.
- Ли Ин.* Сравнительное изучение русского и китайского юмора. Харбин: Харб. технол. ин-т, 2013. 156 с. (На кит. яз.).
- Лю Лисья.* О русском сленге // Руководство по экономическим исследованиям. 2010. № 20. С. 183–184. (На кит. яз.).
- Морозова А.М.* Дискурсивная специфика реализации юмористической тональности: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2013. 19 с.
- Москвин В.П.* Риторика. Аргументативная риторика: теорет. курс для филологов. Изд. 2-е. Ростов н/Д.: Феникс, 2008. 637 с.
- Моу Шуангшуанг.* Лингвокультурологический анализ русского юмора // Молодой ученый. 2015. № 24 (104). С. 879–882.
- Попченко И.В.* Комическая картина мира как фрагмент эмоциональной картины мира (на материале текстов И. Ильфа и Е. Петрова): дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2005. 258 с.

- Пушкарский М. Новая концепция юмора. Смех тела и смех ума. М., 2003. 167 с.
- Пэн Цзюань. Языковые механизмы создания комического эффекта. Чаньша: Хунань шифань дасюэ, 2005. 87 с. (На кит. яз.).
- Сан Цзыхун. Изучение китайского вербального юмора, основанного на формальном повторе. Шанхай: Хуадун шифань дасюэ чубаньшэ, 2007. 123 с. (На кит. яз.).
- Ситова М.С. Комическое как код культуры: на материале мультикультурного общества современной Германии: автореф. дис. ... канд. культурологии. Ярославль, 2013. 22 с.
- Стернин И.А. Юмор и эффективность публичного речевого воздействия // Аксиологическая лингвистика: игровое и комическое в общении: сб. науч. тр. Волгоград: Перемена, 2003. С. 210–219.
- Столочич Л.Н. Философия. Эстетика. Смех. СПб.; Тарту, 1999. 383 с.
- Су Сюэлинь. Мастер юмора рассуждает о юморе. Пекин: Гоци ханкунбао чубаньшэ, 2009. 152 с. (На кит. яз.).
- Цзэн Сюнь. Интерпретация когнитивных механизмов языкового юмора с позиции теории релевантности и теории концептуальной интеграции. Чаньша: Хунань дасюэ чубаньшэ, 2006. 108 с. (На кит. яз.).
- Чжан Сяохэн. Юмор и красноречие. Пекин: Гунъе дасюэ чубаньшэ, 2009. 134 с. (На кит. яз.).
- Чжан Чжэ. Изучение схематических характеристик английского вербального юмора и выявление механизмов его интерпретации // Китайская современная газета. 2011. № 3. С. 85. (На кит. яз.).
- Чурсинова М.А. Юмор как способ межкультурной коммуникации // Научные труды аспирантов и соискателей Нижегородского государственного университета. Вып. 11 / отв. ред. А.В. Коричко. Нижегородск.: Изд-во Нижегород. гос. ун-та, 2014. С. 30–34.
- Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций: моногр. М.: Гнозис, 2008. 414 с.
- Шилихина К.М. Дискурсивная практика иронии: когнитивный, семантический и прагматический аспекты: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Воронеж, 2014. 50 с.
- Raskin V. *Semantic Mechanisms of Humor*. Dordrecht: D. Reidel Publishing Company, 1985. 284 p.

References

- Balina, L.F. (2005), *Fenomen smekha v kul'ture* [Phenomenon of laughter in culture], Author's abstract, Tyumen, 23 p. (in Russian).
- Bergson, A. (1992), *Smekh* [Laughter], Moscow, Iskusstvo publ., 127 p. (in Russian).
- Boldareva, E.F. (2002), *Yazykovaya igra kak forma vyrazheniya emotsii* [Language game as a form of emotions expression], PhD Thesis, Volgograd, 160 p. (in Russian).
- Borev, Yu.B. (2002), *Estetika* [Aesthetics], Moscow, Vysshaya shkola publ., 511 p. (in Russian).
- Borev, Yu.B. (1970), *Komicheskoe* [The Comic], Moscow, Iskusstvo publ., 272 p. (in Russian).
- Chursinova, M.A. (2014), *Yumor kak sposob mezhkul'turnoi kommunikatsii* [Humor as a way of intercultural communication]. Korichko, A.V. (Ed.) *Nauchnye trudy*

- aspirantov i soiskatelei Nizhnevartovskogo gosudarstvennogo universiteta* [Scientific works of postgraduates and applicants at Nizhnevartovsk State University], Iss. 11, Nizhnevartovsk, Nizhnevartovsk State University publ., pp. 30-34. (in Russian).
- Chzhan, Chzhe (2011), Studying the schematic characteristics of English verbal humor, and identifying the mechanisms of its interpretation. *Chinese modern newspaper*, No. 3, p. 85. (in Chinese).
- Chzhan, Syaohen (2009), *Humor and eloquence*, Beijing, 134 p. (in Chinese).
- Czen, Syun' (2006), *Interpretation of the cognitive mechanisms of language humor from the perspective of relevance theory and the theory of conceptual integration*, Changsha, Hunan' dasyue chuban'she publ., 108 p. (in Chinese).
- Dmitriev, A.V. (1998), *Sotsiologiya politicheskogo yumora* [Sociology of political humor], essays, Moscow, ROSSPEN publ., 332 p. (in Russian).
- Dzemidok, B. (1974), *O komicheskom* [About the comic], Moscow, Progress publ., 223 p. (in Russian).
- Kalachinskaya, E.V. (2016), Language game in the Russian and Chinese jokes. *The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service*, No. 3, pp. 158-166. (in Russian).
- Karasik, A.V. (2001), *Lingvokul'turnye kharakteristiki angliiskogo yumora* [Linguistic and cultural characteristics of English humor], Author's abstract, Volgograd, 23 p. (in Russian).
- Karasik, V.I. (2012), *Yazykovaya matritsa kul'tury* [Language matrix of culture], Volgograd, Paradigma publ., 448 p. (in Russian).
- Karasik, V.I. (2002), *Yazykovoii krug: lichnost', kontsepty, diskurs* [Language circle: personality, concepts, discourse], Volgograd, Peremena publ., 476 p. (in Russian).
- Kong, Yapin (2001), About the linguistic and cultural features of Russian slang. *Teaching foreign languages in Shandong*, No. 4, pp. 22-25. (in Chinese).
- Kosinova, L.V. (2017), Konstitutivnye priznaki kitaiskikh komicheskikh narrativnykh zhanrov [Constitutive features of Chinese comic narrative genres]. *Yazyk i kul'tura* [Language and culture], Collected works of 27th International scientific conference, Tomsk, pp. 330-334. (in Russian).
- Kulinich, M.A. (2004), *Lingvokul'turologiya yumora (na materiale angliiskogo yazyka)* [Linguocultology of humor (based on the English language)], Monograph, 2nd ed., Samara, Samara State Pedagogical University publ., 263 p. (in Russian).
- Kulinich, M.A. (2000) *Semantika, struktura i pragmatika angloyazychnogo yumora* [Semantics, structure, and pragmatics of English-language humor], Author's abstract, Moscow, 41 p. (in Russian).
- Kuznetsov, Yu.A. (2005), *Leksiko-semanticheskoe pole smekha kak fragment russkoi yazykovoii kartiny mira* [Lexico-semantic field of laughter as a fragment of the Russian language picture of the world], Author's abstract, St. Petersburg, 23 p. (in Russian).
- Leontovich, O.A. (2011), Sposoby peredachi kul'turnykh smyslov v kontekste perevodnogo yumoristicheskogo diskursa [Ways of transmitting cultural meanings in the context of translated humorous discourse]. *Bytie v yazyke* [Mode of life in the language], collected works dedicated to the 80th anniversary of V.I. Zhel'vis, Yaroslavl, Yaroslavl State Pedagogical University publ., pp. 149-162. (in Russian).

- Leontovich, O.A., Kosinova, L.V., Simonenko, N.Yu. (2016), Linguocultural specifics of Chinese narrative genres. *Speech Genres*, No. 2, pp. 87-95. DOI: 10.18500/2311-0740-2016-2-14-87-95. (in Russian).
- Li, In (2013), *Comparative study of Russian and Chinese humor*, Harbin, Harbin Technological Institute publ., 156 p. (in Chinese).
- Lyu, Lis'ya (2010), About Russian slang. *Guidance on economical research*, No. 20, pp. 183-184. (in Chinese).
- Morozova, A.M. (2013), *Diskursivnaya spetsifika realizatsii yumoristicheskoi tonal'nosti* [Discursive specificity of the implementation of humorous mood], Author's abstract, Volgograd, 19 p. (in Russian).
- Moskvin, V.P. (2008), *Ritorika. Argumentativnaya ritorika* [Rhetoric. Argumentative rhetoric], a Theoretical course for philologists, 2nd ed., Rostov-on-Don, Feniks publ., 637 p. (in Russian).
- Mou, Shuangshuang (2015), Lingvokul'turologicheskii analiz russkogo yumora [Linguoculturological analysis of Russian humor]. *Young scientist*, No. 24 (104), pp. 879-882. (in Russian).
- Pen, Czyuan' (2005), *Language mechanisms for creating a comic effect*, Changsha, Hunan shifan dasyue, 87 p. (in Chinese).
- Popchenko, I.V. (2005), *Komicheskaya kartina mira kak fragment emotsional'noi kartiny mira (na materiale tekstov I. Il'fa i E. Petrova)* [Comic picture of the world as a fragment of the emotional picture of the world (based on the texts of I. Ilf and E. Petrov)], PhD Thesis, Volgograd, 258 p. (in Russian).
- Pushkarskii, M. (2003), *Novaya kontseptsiya yumora. Smekh tela i smekh uma* [New concept of humor. Laughter of the body and laughter of the mind], Moscow, 167 p. (in Russian).
- Raskin, V. (1985), *Semantic Mechanisms of Humor*, Dordrecht, D. Reidel Publishing Company, 1985, 284 p.
- San, Czyhun (2007), *Study of Chinese verbal humor based on a formal repetition*, Shanghai, Huadun shifan' dasyue chuban'she, 123 p. (in Chinese).
- Shakhovskii, V.I. (2008), *Lingvisticheskaya teoriya emotsii* [Linguistic theory of emotions], Moscow, Gnozis publ., 414 p. (in Russian).
- Shilikhina, K.M. (2014), *Diskursivnaya praktika ironii: kognitivnyi, semanticheskii i pragmaticheskii aspekty* [Discursive practice of irony: cognitive, semantic and pragmatic light], Author's abstract, Voronezh, 50 p. (in Russian).
- Sitova, M.S. (2013), *Komicheskoe kak kod kul'tury: na materiale mul'tikul'turnogo obshchestva sovremennoi Germanii* [Comic as a code of culture: on the material of the multicultural society of modern Germany], Author's abstract, Yaroslavl, 22 p. (in Russian).
- Sternin, I.A. (2003), Yumor i effektivnost' publichnogo rechevogo vozdeistviya [Humor and effectiveness of public speech impact]. *Aksiologicheskaya lingvistika: igrovoe i komicheskoe v obshchenii* [Axiological linguistics: playful and comic in communication], collected works, Volgograd, Peremena publ., pp. 210-219. (in Russian).
- Stolovich, L.N. (1999), *Filosofiya. Estetika. Smekh* [Philosophy. Aesthetics. Laughter], St. Petersburg, Tartu, 383 p. (in Russian).

- Su, Syuelin' (2009), *Master of humor talks about the humor*, Beijing, Goczi hankunbao chuban'she, 152 p. (in Chinese).
- Van, Czin'lin (2008), *Theoretical interpretation of understanding humorous text*, Beijing, 165 p. (in Chinese).
- Zheltukhina, M.R. (2000), *Komicheskoe v politicheskom diskurse kontsa 20 veka. Russkie i nemetskie politiki* [Comic in political discourse of the end of the 20th century. Russian and German politicians], Moscow, Institute of Linguistics of the Russian Academy of Sciences publ., 264 p. (in Russian).

HUMOR AS A SOCIO-CULTURAL PHENOMENON IN RUSSIAN AND CHINESE

O.N. Boldyreva¹, Ao Linlu², Sun Ranran³

¹ *Kalmyk State University named after B.B. Gorodovikov (Elista, Russia)*

^{2,3} *University of Inner Mongolia (Hohhot, China)*

Abstract: Language is an indispensable tool for social communication, cultural heritage, national development and history, and reflects the progress of human civilization and social development at all times. Language humor often reflects the wisdom of peoples and the colorful use of speech. The origin of language humor should not only follow the pragmatic principles embedded in the language, but also be based on the experience accumulated by a particular people and adopted by subsequent generations, as well as on other features of the language and social themes, and then integrate the national culture and traditional civilization. The purpose of this article is to study the differences between humorous methods of Chinese and Russian languages, which largely contributes to the study of the peculiarities of the Russian, Chinese society and national culture and the adoption of rules of Russian and Chinese culture and expression. There is a big difference between Russian and Chinese in the use of humorous language, but there are still some similarities. Only by fully understanding the meaning of a humorous language can we judge it correctly.

Key words: Chinese sense of humor, national culture, joke, language, social phenomenon, Russian humor.

For citation:

Boldyreva, O.N., Ao, Linlu, Sun, Ranran (2020), Humor as a socio-cultural phenomenon in Russian and Chinese. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 3, pp. 568-581. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(3).568-581. (in Russian).

About the authors:

¹ **Boldyreva, Olga Nikolaevna**, PhD, Senior Lecturer of the Department of Russian as a Foreign Language and General Humanitarian Disciplines

² **Ao Linlu**, a graduate student of the Russian Language Faculty of the Institute of Foreign Languages

³ **Sun Ranran**, student

Corresponding authors:

¹ Postal address: 226, Lenina ul., Elista, 358000, Russia

^{2,3} Postal address: 235, West road, Hohhot, Inner Mongolia, 010021, China

¹ E-mail: olya.boldyreva2013@yandex.ru

² E-mail: 734981395@qq.com

³ E-mail: 1758794401@qq.com

Received: April 24, 2020

Revised: April 26, 2020

Accepted: August 13, 2020

ТЕКСТОВЫЕ ЕДИНИЦЫ С СЕМАНТИКОЙ ЦЕЛИ В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ РЕКЛАМЫ

Л.В. Воронина

*Рязанский государственный агротехнологический университет
имени П.А. Костычева (Рязань, Россия)*

Аннотация: Статья посвящена вопросам функционирования текстовых единиц с семантикой цели в коммуникативном пространстве рекламы. Через дифференцирование понятий «рекламный текст» и «рекламный дискурс», обращение к методам контент-анализа и структурно-семантической трансформации, следование принципам полевого подхода к языковому явлению рассматриваются структурные особенности разноуровневых текстовых единиц с семантикой цели, выявляются семантические сдвиги: обогащение основного значения конструкции дополнительными семами (локатив, условие, следствие), смещение целевой семантики в сторону назначения или его полная утрата, – перечисляются факторы, обуславливающие данные тенденции. Особое внимание уделяется вопросам функционала текстовых единиц, определению степени их востребованности, коммуникативной значимости, подробно описываются особенности взаимодействия. Значительная часть работы посвящена исследованию функционально-семантических типов текстовых единиц: через сопоставление функционально-семантических полей цели, структурированных на языковом материале классической литературы, печатных средств массовой информации и рекламы, выявляются и обосновываются современные тенденции в функционировании текстовых единиц с семантикой цели, дестинатив «для + N₂» квалифицируется как наиболее частотный в силу не только универсальности своей семантики (реализации неспециализированного значения цели), но и способности к активному замещению иных структур в несвойственном для него контексте. Актуальность исследования предполагает дальнейшие перспективы исследования коммуникативного пространства рекламы в аспекте имплицитных способов выражения целевого значения, наращивания семантики текстовой единицы, ее реализации нетипичными языковыми средствами.

Ключевые слова: текстовая единица, семантика цели, коммуникативное пространство рекламы, рекламный дискурс, рекламный текст, функциональность.

Для цитирования:

Воронина Л.В. Текстовые единицы с семантикой цели в коммуникативном пространстве рекламы // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 3. С. 582–595. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(3).582-595.

Сведения об авторе:

Воронина Любовь Валентиновна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры гуманитарных дисциплин

Контактная информация:

Почтовый адрес: 390044, Россия, Рязань, ул. Костычева, 1

E-mail: lv-voronina@rambler.ru

Дата поступления статьи: 29.01.2020

Дата рецензирования: 01.02.2020

Дата принятия в печать: 13.08.2020

Введение

В самом общем виде коммуникативное пространство представляет собой «совокупность сфер общения, в которых языковая личность может реализовать свое речевое намерение в соответствии с принятыми в данном социуме правилами и нормами общения» [Азимов, Щукин 2009: 101]. Таким образом, модель коммуникативного пространства, в котором функционируют рекламные тексты, обусловлена спецификой самой рекламы как вида коммуникации и предполагает особый семантический блок субъектов, взаимодействующих по поводу объекта – рекламируемого продукта или услуги.

Являясь объектом социологии и психологии, реклама представляет собой «широкое оповещение о лучших свойствах товаров, произведений искусства и услуг в целях привлечения внимания и увеличения спроса потребителей» [Ушаков 2014: 395]; основные характеристики и партиципранты рекламы закреплены в нормативном документе – Федеральном законе от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», где она выступает как «информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке». В лингвистическом контексте рекламу рассматривают как «сферу массовой коммуникации» [Базанова, Кириленко 2013: 78], «область культуры», «сферу функционирования языка» [Кешишьян 2015: 86], «подстиль», занимающий срединное положение между официально-деловым и публицистическим функциональными стилями [Кубаева 2012: 82], квалифицируют как «фактор массовой культуры» [Слойцева 2014: 77], а язык рекламы называют «новым, активно формирующимся функциональным языком» [Хлопунова 2018: 250], «особый тип языкового употребления», относящийся к социокультурной деятельности [Ван Дейк 2000: 112].

Указанная корреляция психологических, социальных и языковых подходов делает рекламу объектом пристального внимания лингвистиче-

ской прагматики, психолингвистики, теории языка для специальных целей как дисциплин, функционирующих на стыке лингвистики, с одной стороны, и социологии, психологии, культурологии – с другой, и обладающих в силу своей специфики необходимым аппаратом для исследования процесса порождения рекламного дискурса, выбора оптимальных лингвистических средств и средств метаязыка для выражения самой общей идеи рекламы – максимального воздействия на аудиторию. И в этом смысле рекламный дискурс следует квалифицировать как убеждающий [Ван Дейк 2013: 85].

В данном исследовании, оперируя понятием **реклама**, мы в первую очередь имеем в виду рекламный дискурс, объектом определяем текстовые единицы с семантикой цели, функционирующие в рамках рекламных текстов.

Известная в лингвистике дифференциация понятий «дискурс» и «текст» актуальна и в аспекте изучения коммуникативного пространства рекламы. Разделяя позицию Н.Д. Арутюновой о трактовке дискурса как «речи, рассматриваемой как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах)» [Арутюнова 1990: 136–137], полагаем, что рекламный дискурс представляет собой совокупность лингвистических и экстралингвистических средств выражения мыслей, идей при непосредственном участии иных факторов – социокультурных, исторических, научных, психологических, индивидуальных и т. д., текстом же считаем цепь связанных (по смыслу и грамматически) высказываний, функционирующих непосредственно в устной форме или зафиксированных графическими или аудиовизуальными средствами. В этом смысле рекламный текст выступает как сообщение, информация, в то время как более широкое понятие дискурса включает в себя в том числе и текст, но «в ситуации реального общения» [Карасик 2002: 271].

Оставим за рамками данного исследования выявление особенностей средств экстралингвистики, участвующих в формировании рекламного дискурса, и сконцентрируемся на собственно рекламном тексте.

Анализ лингвистических исследований показал достаточную степень изученности стилистических приемов и языковых средств, участвующих в моделировании рекламных текстовых сообщений [Романенко 2007], особенностей их структуры [Воронцова 2016]. Мы же остановимся на выявлении облигаторных признаков рекламных текстов и языковых средствах, формирующих указанные характеристики в соответствии с темой данной научной статьи.

Структурные и коммуникативные типы текстовых единиц с семантикой цели в коммуникативном пространстве рекламы

Достижению целевой установки рекламы – реализации максимальной степени воздействия – рационального (интеллектуального) и/или

(в большей степени) [Базанова, Кириленко 2013: 80] иррационального, связанного со сферой эмоций, – способствует соответствию рекламных текстов двум основным, на наш взгляд, требованиям – убедительности и краткости.

Убедительность – характеристика содержательного плана – в рекламном дискурсе предполагает не только (и не столько, как показывают наблюдения) следование логике, но и эмоциональность и выразительность языка, которые достигаются тщательным отбором в первую очередь лексических единиц, их организацию средствами экспрессивного синтаксиса.

Краткость – характеристика плана выражения – предполагает выбор структурно емких грамматических конструкций, участвующих в формировании текстовой единицы с целевой семантикой. Правильный выбор языковых средств, обеспечивающих, таким образом, гармоничное сочетание плана содержания и выражения, способствует запоминаемости рекламных текстов, их закреплению в сознании / подсознании целевой аудитории, что является по сути реализацией одного из средств «моносуггестии» [Петрова, Егорченкова 2014: 50].

Структурно текстовые единицы с целевой семантикой, функционирующие в коммуникативном пространстве рекламы, представляют собой разноуровневые средства.

Уровень словосочетаний представлен: 1) беспредложными конструкциями: *Кашель не помеха моим планам* (АЦЦ); 2) конструкциями с дестинативами разной степени продуктивности: *«Дримис». Кот за них на всё готов; Симптомов три. Ответ один. Зови на помощь «Отривин»; «Фруто-няня» – в помощь маме. И папе; Специализированная клиника по лечению варикоза*; 3) глагольными сочетаниями: *Снежинка пришла рассказать стишок?* (Билайн).

На уровне предложений – конструкции с союзом *чтобы*: *Заказывайте такси близким, чтобы проводить время вместе. «Яндекс такси»; Чтобы не столкнуться с неадекватным собственником, снимите квартиру на «Циан».*

При этом есть смысл говорить о коммуникативно значимых текстовых единицах и компонентах текстовых единиц. Назначение последних – служить строительным материалом коммуникативно значимой единицы.

Известен ряд подходов к определению структуры рекламного текста [Слойцева 2014; Воронцова 2016; Кубаева 2012], мы же будем придерживаться той точки зрения, что рекламный текст включает в себя ктема-тоним, слоган, комментирующую часть и эхо-фразу. При этом будем иметь в виду, что структура может варьироваться, однако первые два компонента обязательны, тогда как последние два – факультативны.

Текстовые единицы с семантикой цели занимают актуально значимые позиции в структуре рекламного сообщения:

1) ктематоним + слоган: «*Бронхомунал*». *Против вирусов и бактерий; «Аципол*». *Чтобы дискомфорт в кишечнике прошел; «Тизин*». *Чтобы насморк не тормозил мысли; «Фрутоняня*». *В помощь маме. И папе* – такие конструкции образуют коммуникативно значимые единицы путем полного наложения семантической структуры назначения на структуру рекламного текста; парцелляция, выраженная формой именительного представления (ктематоним) и дестинативом / инфинитивным оборотом (слоган), подчеркивает указанное совпадение;

2) в составе слогана: «*Бепантен*». *Немецкое качество для лечения опрелостей; «Циклоферон*». *Умное средство для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ;*

3) в составе комментирующей части: *У нас есть ровно четыре шанса, чтобы увидеть солнечное затмение; ООО «Автосалон Рязань Лада» предлагает отличные условия на приобретение и сервисное обслуживание автомобилей; «Димар-Викинги*». *Осенний ценопад на покупку нового автомобиля.*

Таким образом, структура коммуникативно значимых текстовых единиц идентична структуре рекламных текстов, полностью совпадает с ней, в то время как коммуникативно незначимые функционируют как партиципианты полноценной коммуникативной единицы – предложения.

Общей грамматической тенденцией является стремление к безглагольности: предложно-падежной группой управляют конкретные имена существительные, контактным словосочетанием в случае с предложениями выступают слова – категории состояния и количественно-именные структуры. Следствием является ощутимая деформация целевого значения текстовой единицы, его смещение в сторону назначения.

Функционально-семантические типы текстовых единиц с семантической цели в коммуникативном пространстве рекламы

Цель и назначение – понятия близкие, но отнюдь не идентичные. Г.А. Золотова объединяет их в один термин – «финитив» – компонент со значением цели, назначения действия [Золотова 1988: 239], И.Б. Левонтина квалифицирует семантику назначения предмета через понятие «овеществленной цели» [Левонтина 1996: 50]. Полагаем, есть смысл четко разграничивать указанные смыслы [Воронина 2018].

Известно, что цель выступает в чистом виде только при соблюдении ряда условий, первым из которых является присутствие глагола в компоненте «ресурсы» семантической структуры: он информирует о произвольном целенаправленном действии; вторым – семантический субъект, способный к указанным действиям; третьим – наличие глагола / отглагольного существительного, сообщающего о желаемом результате в компоненте «цель». Конструкций, строго соответствующих указанным требованиям, в современном коммуникативном пространстве рекламы не так

много. Обычно это предложения с инфинитивной группой: «*Почта России*». *Меняемся, чтобы стать ближе*; часто с актуализированной целью: *Чтобы бороться с мокротой и кашлем, примите «АЦЦ»*; *Чтобы кашель не нарушил все планы, важно с первого дня его лечить (АЦЦ)*.

Напротив, в коммуникативном пространстве рекламы частотны грамматические конструкции, семантическая структура которых моделируется из двух компонентов – предмета и его назначения. Грамматически указанные текстовые единицы формируются на основе именных словосочетаний с предлогами *для, от, против*: «*Вольтарен*». *Для лечения острой боли в суставах*; «*Бронхомунал*». *Против вирусов и бактерий. От простуды и осложнений*; «*Similac gold*». *Для комфортного пищеварения и поддержки иммунитета*.

Функционально текстовые единицы с семантикой цели в коммуникативном пространстве рекламы неравнозначны. Из всего многообразия языковых средств, сообщающих о цели, назначении, наиболее актуальными оказываются дестинативы с предлогом *для* и конструкции с союзом *чтобы*.

Словосочетания с предложно-падежной группой «*для + N₂*» сообщают о прямой цели [Новый объяснительный словарь синонимов... 2000: 73], в интерпретации авторов «Русской грамматики» развивают значение определительное по цели [Русская грамматика 1980]. Мы же квалифицируем данные дестинативы как конструкции, сообщающие о неспециализированной цели, что вкупе с их частотностью и воспроизводимостью дает нам основания включить их именно в ядерную зону поля.

Ряд тенденций, связанных с функционированием дестинатива с предлогом *для* в коммуникативном пространстве рекламы, обусловлен грамматическим оформлением компонентов семантической структуры.

Первая тенденция имеет отношение к употреблению конструкции в классическом, более типичном составе, когда позицию припредложного имени занимает отглагольное существительное, сообщающее о назначении предмета: «*Циклоферон*». *Для восстановления нарушенной микрофлоры и укрепления ослабленного иммунитета*; «*Тауфон табс лютеин*». *Четырнадцать компонентов для улучшения зрения*. Структурно-семантическая трансформация позволяет легко восстановить характерные для целевого контекста конструкции: *чтобы восстановить, чтобы лечить*. Их некоторая «неполноценность» связана с привязкой к конкретному имени существительному, что неизбежно ведет к развитию значения предметной цели, или (в терминологии И.Б. Левонтиной) «овеществленной».

Вторая тенденция обнаруживает себя в словосочетаниях типа *средство для рук, крем для лица, лекарство для нервов*. Функционируя в контекстах назначения, они также реализуют значение предметной цели. Но характер целевой семантики здесь иной, поскольку словосочетание является именным, а дестинатив представляет собой предложно-падежную

группу с конкретным именем существительным. Структурно данные сочетания идентичны: N – (для + N₂), где позицию N занимают конкретные имена существительные. Однако с точки зрения реализуемого значения конструкции не могут стоять в одном ряду. Их (рядов) несколько:

- 1) *средство для рук, сыворотка для лица, крем для ног;*
- 2) *шампунь для поврежденных волос, крем для жирной кожи;*
- 3) *лекарство для нервов, средство для горла.*

В первом случае семантика назначения обогащается локативом – дополнительным оттенком места назначения предмета (лицо, руки, ноги): крем для использования / чтобы использовать на лице, руках, ногах и т. д. Пропозитивное содержание текстовой единицы развертывается посредством введения глагольной / отглагольной лексемы, которая в свою очередь подчеркивает экзистенциальный контекст: «Фейри». *Средство, прекрасное для рук; «Нескафе голд». Для самых ценных моментов; «Магний Вб». Для нервов; «Мирамистин». Для горла номер один.*

Во втором случае сочетания содержат в своем составе определители – имена прилагательные / причастия, функция которых – уточнять условия применения предмета. Их пропуск сделает текст неинформативным (*шампунь для волос, крем для кожи*), поэтому они являются структурно обязательными. Их наличие обуславливает обогащение семантики назначения условным значением.

Несмотря на некоторую схожесть с сочетаниями первой группы, исследуемые конструкции реализуют семантику назначения не только в аспекте места использования, но и в аспекте условий, выполнение которых способствует формированию позитивного результата действия. Таким образом, общее значение конструкции оказывается обогащенным локативным и условно-результативным смыслами: шампунь, использование которого целесообразно: 1) в соответствии с местом – волосы; 2) при условии – повреждение; 3) в результате – устранение повреждений / дефектов (крем, применение которого целесообразно, если кожа жирная, как результат – нормальная кожа).

Третий ряд сочетаний структурно идентичен первому: построенные по модели N – (для + N₂), они не имеют в своем составе определителей / уточнителей и информируют, казалось бы, о той же цели (определяющей). Действительно, коль скоро семантическим показателем является вопрос, то в случае с *крем для рук* и *лекарство для горла* уместным, наряду с *для чего?*, оказывается и вопрос *какой?*. Но, с другой стороны, выражения *лекарство для горла, средство для нервов* отличаются несколько искусственным характером: более привычно звучат *лекарство от нервов, от горла*.

Авторы «Русской грамматики» квалифицируют значение предложно-падежной конструкции (ППК) «от + N₂» как объектное в контексте назначения [Русская грамматика 1980]. Трансформация позволяет нам

обнаружить и оценить степень семантического усложнения: *лекарство* (от чего? какое?) *от боли в голове*; *средство* (от чего? какое?) *от боли в горле*. Наблюдения показывают, что подобные сочетания органичны в ситуации избавления. И тем не менее в настоящее время набирает обороты тенденция замещения в указанном контексте литературно верных «от + N₂» текстовыми единицами с дестинативом «для + N₂».

Мы предполагаем действие нескольких факторов:

1. Функциональный. Общая экспансия дестинатива с *для* в целевых контекстах обусловлена центральной позицией словосочетаний в функционально-семантическом поле (ФСП) цели как такового [Воронина 2016]: указанные конструкции сообщают о неконкретизированной цели, их семантика максимально чистая и обобщенная, они частотны, емки, стилистически нейтральны, и потому их функциональность не имеет рамок.

2. Грамматический. Смещение целевой семантики в сторону назначения, изменение семантической структуры с трехкомпонентной, характерной для цели, на двухкомпонентную, присущую назначению; грамматически это находит свое выражение в указанной выше тенденции к безглагольности.

3. Семантический. Обогащение целевой конструкции дополнительным определительным значением, характерным для обоих дестинативов: *крем* (для чего? + какой?) *для жирной кожи*; *лекарство* (от чего? + какое?) *от боли в горле*.

Наконец, нельзя исключить и рекламную ошибку, связанную с некорректным переводом, например, английского предлога «for» на русский «для», в случае если рекламный текст является переводным. Русский предлог «для» не имеет значения «для того, чтобы что-то стало каким-либо», как его английский собрат [Базанова, Кириленко 2013: 81–82].

Вообще, существует мнение, что ошибки в рекламных текстах случаются намеренно, с целью привлечь внимание аудитории и тем самым вызвать интерес к рекламируемому продукту. Однако в данном случае мы склонны согласиться с позицией А.Е. Базановой. Полагаем, здесь имеет место ошибка, которая в большей степени очевидна для филологов и в меньшей степени – для людей иных специальностей. Анкетирование, проведенное нами в рамках данного исследования, показало, что респонденты в 98 % случаев улавливают семантические нюансы контекста и выбирают соответствующие ППК, хотя были и альтернативные прецеденты: *средство для горла*, *таблетка для головы*.

Несмотря на действие указанных выше факторов, необходимо четко дифференцировать условия употребления ППК с *для* и *от*. Данные конструкции не могут быть синонимичны. Скорее они выступают как антонимы: результаты контент-анализа четко демонстрируют, что конструкции с *для* предпочтительнее в контексте позитивного результата: «*Тромбитал*». *Для сердца* (= для улучшения работы сердца); «*Ноопент*». *Для моз-*

га (= для улучшения работы мозга). Данную точку зрения подтверждают конструкции с предлогом *для*, в состав которых включено оценочное прилагательное: *Майонез «Слобода». Живая еда для живого ума; Утренние каши «Фрутоняня» для активного дня.*

В тех же случаях, когда семантика назначения развивается в контекстах избавления (*таблетка от головы* = 'таблетка от боли в голове' = 'таблетка, чтобы не болела голова'; *таблетки от живота* = 'чтобы не болел живот'), уместнее выглядит модель с предлогом *от*, хотя в современных рекламных текстах этот факт не учитывается. Убедительность данных размышлений подчеркивают текстовые единицы, имеющие в своем составе оба дестинатива: «*Ноопепт*». *Для памяти* (= для улучшения памяти). *От головокружений* (= чтобы не было головокружений).

Анализируя особенности рекламных текстов современного рекламного дискурса, мы обнаружили две тенденции структурного и содержательного порядка, суть которых заключается в функционировании структурно и содержательно неполноценных текстовых единиц.

Так, особенности рекламного дискурса, а именно организация его в том числе экстралингвистическими средствами, делают возможным применение имплицитных способов коммуникации, когда использование медиасредств разного уровня – графики, аудио, видео – восполняет возможную его неполноценность, одновременно создавая необходимый эмоциональный фон. В текстовых сообщениях с семантикой цели имплицитным может быть:

1. Компонент «цель»: *Кэшбэк на все: и на это (видеоряд), и на это (видеоряд), и на это (видеоряд), и на это (видеоряд), и на то (видеоряд), и на то, о чем мечтаешь, и на то, к чему привык и на многое другое* (Райффазенбанк). Синтаксическая компрессия, проявляющаяся в отсутствии облигаторного компонента структурной схемы – в данном примере собственно предметное содержание, цель как таковая, – покупка всего, что восстанавливается из видеоряда, иллюстрирующего содержание вербального заменителя – дейктического местоимения *это*.

2. Компонент «ресурсы»: *Не мешался насморк чтоб, хоп-хоп «Риностоп». Экономный «Риностоп»*. В данном случае функцию заменителя выполняет междометие, значение которого раскрывает видеоряд.

Существует мнение, что «хороший слоган – не обязательно должен быть правильным с точки зрения языка. Неправильность помогает привлечь внимание, может сделать слоган более информативным» [Воронцова 2016: 82], выразительным, эмоциональным. Например, известно, что цель имплицитна в тех случаях, когда она очевидна (*надо мыть руки перед едой*); в рекламных текстах очевидность является одним из факторов убедительности, потому цель, напротив, эксплицируется: *У нас появились крылья, чтобы летать. И всё это для того, чтобы стать ближе* (Почта России).

Другие случаи логических нарушений содержания текстовых единиц имеют место, когда целевой компонент становится в один перечислительный ряд с другими, несопоставимыми по смыслу компонентами: *«Ренни». Активен уже через три минуты, чтобы избежать изжоги.* Это известный прием в рекламных текстах, направленный на информирование о всех свойствах рекламируемого продукта, что соответствует основной стратегии убеждающего рекламного дискурса, предполагающей ряд лингвистических приемов, которые, с одной стороны, обеспечивают незавершенность, новизну, двусмысленность, положительную самопрезентацию [Davis, Walton 1983] рекламируемого продукта, а с другой – способствуют снятию возможного сопротивления со стороны аудитории [Percy, Rossilerf 1980].

Выводы

Исследование коммуникативного пространства рекламы показало, что для него в большей степени характерны модальность причины, условия, вектор призывности, в то время как цель, несмотря на общие с рекламой интенциональность, потенциальность и конкретность, оказывается актуальной в меньшей степени. Вероятно, это связано с другими облигаторными признаками цели, присутствие которых значительно рознит ее с рекламой, – моносубъектностью и возможной изменчивостью содержания при неизменности компонента «ресурсы». Всё это обуславливает незначительную частотность текстовых единиц с семантикой цели по сравнению, например, с конструкциями, выражающими иные каузальные значения.

В ходе исследования были выявлены тенденции функционального, семантического и структурного плана.

Ведущей семантической тенденцией при сообщении о цели становится размытость значения конструкции, смещение семантики в сторону назначения, обогащение (осложнение) дополнительными семами. Выдвижение в ядерную зону ФСП конструкций, развивающих семантику назначения, обусловлено спецификой целевой установки рекламы – сообщением информации о новом товаре и услуге, их предназначении, условиях применения, уточнении ожидаемых результатов использования. Анализ языкового материала показал, что ФСП цели, структурированное нами на материалах классической литературы и современных печатных СМИ, отличается от модели поля, зоны которого занимают конструкции, выделенные нами в рекламных текстах: спектр грамматических средств значительно сужен, очевидна экспансия дестинативов «для + N₂», вытесняющих иные ППК в привычных именно для них контекстах.

В структурном отношении действие закона экономии языка, с одной стороны, влияние разговорной речи, связанное с направленностью рекламы на максимально широкие слои общества, стремлением охватить целе-

вую аудиторию максимально, – с другой, неизбежно приводит к появлению и дальнейшей активизации элементарных в конструктивном отношении текстовых единиц, упрощение их структур, а привлечение в рекламный дискурс медиасредств различного формата – видео, аудио, графики – делает возможным использование имплицитных средств коммуникации.

В целом, коммуникативное пространство рекламы глубоко, разнородно; его исследование может быть разноаспектным, если во главу угла ставить его составляющие, и одновременно целостным, если подходить с позиций коррелирующих дисциплин – психолингвистики, когнитивной лингвистики, лингвопрагматики.

Список литературы

- Азимов Э.Г., Щукин А.Н.* Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). М.: Икар, 2009. 448 с.
- Арутюнова Н.Д.* Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990. С. 136–137.
- Базанова А.Е., Кириленко Н.П.* Особенности языка рекламы как одной из разновидностей средств массовой информации // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2013. № 2. С. 78–82.
- Ван Дейк Т.* Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации: пер. с англ. М.: URSS, 2013. 344 с.
- Ван Дейк Т.* Язык. Познание. Коммуникация: пер. с англ. Благовещенск: БГК им. И.А. Бодуэна де Куртене, 2000. 308 с.
- Воронина Л.В.* Семантические нюансы интенциональных конструкций // Вестник Северо-Восточного государственного университета имени М.К. Аммосова. 2018. № 2. С. 87–98. DOI: 10.25587/SVFU.2018.64.12156.
- Воронина Л.В.* Определяющие тенденции в оформлении функционально-семантического поля «цель» (на материале современных печатных СМИ) // Вестник Красноярского государственного педагогического университета имени В.П. Астафьева. 2016. № 2. С. 148–152.
- Воронцова Ю.А.* Язык рекламных текстов // Инновационная наука. 2016. № 5. С. 81–84.
- Золотова Г.А.* Синтаксический словарь. Репертуар элементарных единиц русского синтаксиса. М.: Наука, 1988. 439 с.
- Карасик В.И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
- Кешишьян А.А.* Реклама как область культуры и как сфера функционирования языка // Актуальные вопросы современного маркетинга. Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2015. С. 86–95.
- Кубаева О.В.* Язык рекламы // Вестник Дагестанского научного центра РАО. 2012. № 4. С. 82–84.
- Левонтина И.Б.* Целесообразность без цели // Вопросы языкознания. 1996. № 1. С. 42–58.
- Новый объяснительный словарь синонимов русского языка. М.: Языки русской культуры, 2000. Вып. 2. 487 с.

- Петрова А.А., Егорченкова Н.Б. Реализация воздействия в условиях политического ток-шоу: когнитивный и мультимодальный аспекты // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание. 2014. № 4. С. 46–55. DOI: 10.15688/jvolsu2.2014.4.5.
- Романенко Я.Н. Влияние языка рекламы на современный русский язык (на материале слоганов телевизионной и коммерческой рекламы) // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. 2007. № 1. С. 108–115.
- Русская грамматика: в 2 т. М.: Наука, 1980. Т. 2. 709 с.
- Слойцева Е.В. Язык рекламы и лингвостилистические особенности рекламного текста // Язык и культура. 2014. № 11. С. 76–83.
- Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь русского языка. М.: Славянский дом книги, 2008. 802 с.
- Хлопунова О.В. Язык рекламы как новая формирующаяся разновидность литературного языка // Слово – дискурс – медиа. Смыслы, роли и когниции. Краснодар, 2018. С. 249–253.
- Davis H., Walton P. *Language, linage, Media*. Oxford: Blackwell, 1983. 244 p.
- Percy L., Rossiter R. *Advertising Strategy: A Communication Theory Approach*. New York: Praeger, 1980. 301 p.

References

- Arutyunova, N.D. (1990), Discourse. *Linguistic Encyclopedic Dictionary*, Moscow, Sovetskaya entsiklopediya publ., pp. 136-137. (in Russian).
- Azimov, E.G., Shchukin, A.N. (2009), *Novyi slovar' metodicheskikh terminov i ponyatii (teoriya i praktika obucheniya yazykam)* [A new dictionary of methodological terms and concepts (theory and practice of language teaching)], Moscow, 448 p. (in Russian).
- Bazanova, A.E., Kirilenko, N.P. (2013), Features language of advertising as one of the species of mass communication. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, No. 2, pp. 78-82. (in Russian).
- Davis, H., Walton, P. (1983), *Language, linage, Media*, Oxford, Blackwell publ., 244 p.
- Karasik, V.I. (2002), *Yazykovoii krug: lichnost', kontsepty, diskurs* [Language circle: personality, concepts, discourse], Volgograd, Peremena publ., 477 p. (in Russian).
- Keshish'yan, A.A. (2015), *Reklama kak oblast' kul'tury i sfera funktsionirovaniya yazyka* [Advertising as a field of culture and a sphere of language functioning]. *Aktual'nye voprosy sovremennogo marketinga* [Topical issues of modern marketing], Irkutsk, Baikal State University of Economics and Law publ., pp. 86-95. (in Russian).
- Khlopunova, O.V. (2018), *Yazyk reklamy kak novaya formiruyushchayasya raznovidnost' literaturnogo yazyka* [Advertising language as a new emerging variety of literary language]. *Slovo – diskurs – media. Smysly, roli i kognitsii* [Word – discourse – media. Meaning, roles and cognition], Krasnodar, pp. 249-253. (in Russian).
- Kubaeva, O.V. (2012), *Yazyk reklamy* [Language of Advertising]. *Bulletin of Dagestan national center of Russian Academy of Education*, No. 4, pp. 82-84. (in Russian).
- Levontina, I.B. (1996), Purposefulness without purpose. *Topics in the Study of Language*, No. 1, pp. 42-58. (in Russian).

- (2000), *New explanatory dictionary of synonyms of the Russian language*, Moscow, Yazyki russkoi kul'tury publ., Iss. 2, 487 p. (in Russian).
- Percy, L., Rossiter, R. (1980), *Advertising Strategy: A Communication Theory Approach*, New York, Praeger publ., 301 p.
- Petrova, A.A., Egorchenkova, N.B. (2014), Manifestation of manipulation in political talk-shows: cognitive and multimodal aspects. *Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, No. 4, pp. 46-55. DOI: 10.15688/jvolsu2.2014.4.5. (in Russian).
- Romanenko, Ya.N. (2007), Vliyanie yazyka reklamy na sovremennyi russkii yazyk (na materiale sloganov televizionnoi i kommercheskoi reklamy) [Influence of the advertising language on the modern Russian language (based on the slogans of commercials)]. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedenii. Problemy poligrafii i izdatel'skogo dela*, No. 1, pp. 108-117. (in Russian).
- (1980), *Russian grammar*, in 2 volumes, Moscow, Vol. 2, 709 p. (in Russian).
- Sloitseva, E.V. (2014), Yazyk reklamy i lingvostilicheskie osobennosti reklamnogo teksta [Advertising language and linguistic-stylistic features of the advertising text]. *Yazyk i kul'tura*, No. 11, pp. 76-83. (in Russian).
- Ushakov, D.N. (2008), *Great explanatory dictionary of the Russian language*, Moscow, Slavyanskii dom knigi publ., 959 p. (in Russian).
- Van Dijk, T. (2013), *Discourse and Power. Contributions to Critical Discourse Studies*, Moscow, URSS publ., 344 p. (in Russian).
- Van Dijk, T. (2000), *Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiya* [Language. Cognition. Communication], Blagoveshchensk, Blagoveshchensk Humanitarian College named after I.A. Boduen de Kurtene publ., 308 p. (in Russian).
- Voronina, L.V. (2018), Semantic nuances of intentional constructions. *Vestnik of the North-Eastern federal university named after M.K. Ammosov*, No. 2, pp. 87-98. DOI: 10.25587/SVFU.2018.64.12156. (in Russian).
- Voronina, L.V. (2016), Identifying the trend in the formulation of the functional-semantic field of purpose (based on current print mass media). *Bulletin of Krasnoyarsk State Pedagogical University named after V.P. Astafiev*, No. 2, pp. 148-152. (in Russian).
- Vorontsova, Yu.A. (2016), Yazyk reklamnykh tekstov [Language of advertising texts]. *Innovatsionnaya nauka*, No. 5, pp. 81-84. (in Russian).
- Zolotova, G.A. (1988), *Sintaksicheskii slovar'. Repertuar elementarnykh edinit russkogo sintaksisa* [Syntax Dictionary. Repertoire of elementary units of Russian syntax], Moscow, Nauka publ., 439 p. (in Russian).

TEXT UNITS WITH SEMANTICS OF PURPOSE IN THE COMMUNICATIVE ADVERTISING FIELD

L.V. Voronina

*Ryazan State Agrotechnological University named after P.A. Kostychev
(Ryazan, Russia)*

Abstract: The article deals with the textual units of the semantics of purpose in the communicative advertising field. Differentiating the concepts of “advertising text” and “advertising discourse”, using the methods of content analysis, struc-

tural and semantic transformation, relying on the principles of functional semantics, the author explores the structure of grammatically different text units, semantic features – complication of the basic semantic of the structure with additional meanings (locative, condition, consequence), the shift of the purpose semantics towards the destination or its complete loss, also reveals determining factors these trends. The article focuses on the analysis of the functionality study text units, determination of their relevance, communicative significance, features of interaction – expansion, substitution, implicit methods of communication. Most of the work is devoted to the research of functional-semantic types of text units: based on a comparison of the functional-semantic goal fields, structured on the basis of the classical literature language material, mass media and advertising, the author identifies and substantiates current trends in the functioning of text units with purpose semantics, qualifying the distinction “*for* + N₂” as the most frequent due to the universality of its semantics (implementation of an unspecialized purpose semantics), go to the active replacement of other structures in an unusual context. The relevance of the work suggests further prospects for the research of the communicative advertising sphere in the aspect of implicit ways expressing the concept of “purpose”, building up the semantics of a text unit, its implementation with atypical language tools.

Key words: text unit, semantics of purpose, communicative advertising field, advertising discourse, advertising text, functionality.

For citation:

Voronina, L.V. (2020), Text units with semantics of purpose in the communicative advertising field. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 3, pp. 582-595. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(3).582-595. (in Russian)

About the author:

Voronina, Lubov Valentinovna, PhD, Associate Professor of the Department of Humanities

Corresponding author:

Postal address: 1, Kostycheva ul., Ryazan, 390044, Russia

E-mail: lv-voronina@rambler.ru

Received: January 29, 2020

Revised: February 1, 2020

Accepted: August 13, 2020

СПОРТИВНЫЕ ФОТОМАТЕРИАЛЫ В ЖУРНАЛЕ «ИЛЛЮСТРИРОВАННАЯ РОССИЯ» В АСПЕКТЕ ВИЗУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ: ЖАНРОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ

А.С. Грызунова¹, Д.А. Бакеева², С.А. Ржанова³

^{1,2,3} *Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва (Саранск, Россия)*

Аннотация: В статье анализируются спортивные фотоматериалы как одно из средств визуальной коммуникации, опубликованные в парижском журнале «Иллюстрированная Россия» с 1924 по 1939 г. Рассмотрена тематика и жанровые особенности спортивных иллюстрированных медиатекстов, печатавшихся на его страницах. Объектом исследования выступает спортивная тематика журнала «Иллюстрированная Россия», предметом – визуальная и жанровая составляющая фотоматериалов в названном журнале. Цель исследования состоит в выявлении общего и особенного в тематическом разнообразии спортивных фотоматериалов журнала «Иллюстрированная Россия». Для достижения поставленной цели авторами проанализированы номера журнала «Иллюстрированная Россия» за 1924–1939 гг. (выборка составила 230 номеров) на предмет наличия спортивных медиатекстов; выделены параметры группировки спортивных медиатекстов журнала «Иллюстрированная Россия»; представленные результаты интерпретированы и отражены в таблицах по тематическим группам в соответствии с выделенными параметрами. Методологическими основаниями исследования послужили: ретроспективный и сравнительно-исторический методы, общенаучные методы анализа, синтеза, дедукции, индукции, абстрагирования, коммуникативно-прагматический. Подчеркивается, что в результате анализа жанровых особенностей спортивных материалов журнала «Иллюстрированная Россия» фигурирует полное доминирование жанров фотожурналистики: фотоинформации, фотопортрета и фоторепортажа, – что напрямую связано с ориентирующей читателя на визуальное восприятие информации концепцией журнала, зафиксированной в его названии. Фотографические снимки становятся знаками событий и зашифрованными символами общественных действий.

Ключевые слова: визуализация, жанр, массмедиа, спорт, спортивная журналистика, фотожурналистика.

Для цитирования:

Грызунова А.С., Бакеева Д.А., Ржанова С.А. Спортивные фотоматериалы в журнале «Иллюстрированная Россия» в аспекте визуальной коммуникации:

жанровые особенности // *Коммуникативные исследования*. 2020. Т. 7. № 3. С. 596–614. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(3).596-614.

Сведения об авторах:

¹ **Грызунова Александра Сергеевна**, магистрант 1-го года обучения направления подготовки 42.04.02 «Журналистика» филологического факультета

² **Бакеева Диана Анваровна**, кандидат культурологии, доцент кафедры журналистики

³ **Ржанова Светлана Александровна**, доктор культурологии, профессор, заведующий кафедрой журналистики

Контактная информация:

^{1,2,3} Почтовый адрес: 430005, Россия, Саранск, ул. Большевистская, 68/1

¹ E-mail: alex.g.13@yandex.ru

² E-mail: bakeeva.di@yandex.ru

³ E-mail: rzanova@mail.ru

Дата поступления статьи: 04.03.2020

Дата рецензирования: 09.03.2020

Дата принятия в печать: 13.08.2020

Введение

Жизнь первой русской эмиграции до сих пор во многом остается «вещью в себе» для современного российского обывателя. Связано это как с отдаленностью этого явления в пространстве и времени от реалий сегодняшнего дня, так и, преимущественно, с целенаправленным искажением, замалчиванием и игнорированием его силами, более семидесяти лет находившимися у власти в России, – коммунистами. За неимением прямой линии преемственности между Россией зарубежной и Россией современной понять и прочувствовать дух первой можно лишь сугубо индивидуально, лично, исследуя сохранившиеся до сегодняшнего дня свидетельства той эпохи: документы, письма, дневники, печатные материалы, – всё то, что может дать нам хоть какую-то информацию.

Исход на чужбину миллионов русских людей в первой четверти XX в. породил особое социокультурное явление – Зарубежную Россию, имевшую все признаки диаспоры, являясь по сути таковой. Особенность здесь заключалась в качественных характеристиках людей, ее составляющих. Родину покинули преимущественно представители высшего и среднего классов старой России, игравших вследствие своего положения заметную, если не исключительную, роль в жизни последней, – аристократия, офицерство, чиновничество, интеллигенция, студенчество, богема.

Оказавшись волею судьбы в различных странах Европы, Азии, Африки и Америки на положении аутсайдеров, вчерашние представители

элиты, чтобы выжить и приспособиться к изменившимся условиям, должны были сплотиться, сохранить свою национальную и культурную идентичность. Примерами такого сплочения были открытие русских учебных заведений (Русского юридического факультета при Карловом университете в Праге, Русского научного института в Берлине, русских гимназий в Праге и Моравской Тржебове и др.), создание и возобновление общественных (Объединение российских земских и городских деятелей в Чехословацкой республике – Земгор, Объединение русских эмигрантских студенческих организаций – ОРЭСО и др.), политических (кадеты, эсеры, меньшевики, монархисты «николаевского» и «кирилловского» толка, евразийцы и др.) и военизированных (Русский общевойсковой союз, Общество галлиполийцев, боевая организация генерала А.П. Кутепова, Братство Русской Правды и др.) организаций, выход в свет печатных периодических изданий («Руль», «Последние новости», «Возрождение», «Дни», «Русский военный вестник», «Часовой», «Иллюстрированная Россия», «Современные записки», «Воля России» и др.). Сохраняя себя как единое целое, русские диаспоры одновременно встраивались в структуру социумов стран своего пребывания, органично следуя в русле развития общественно-политической и культурной жизни последних. Не был здесь исключением и спорт. Большое количество русских спортсменов-эмигрантов и на чужбине продолжали строить спортивную карьеру, участвуя в соревнованиях различного уровня, проводившихся в разных странах. Русскоязычная эмигрантская печатная пресса публиковала на своих страницах материалы, посвященные спорту, – мировому, русскому эмигрантскому и советскому.

Стоит отметить отсутствие специализированных спортивных периодических изданий первой русской эмиграции (по причинам материального плана): издавать журнал или газету, посвященные только спорту, было недопустимой роскошью. Материалы спортивного характера публиковались в крупных периодических изданиях общей тематики – ежедневных газетах «Руль» (Берлин), «Последние новости» (Париж), «Возрождение» (Париж), «Дни» (Берлин – Париж), еженедельных журналах «Иллюстрированная Россия» и «Иллюстрированная жизнь» (оба – Париж).

Методология и методы исследования

В данной статье мы подробно остановимся на журнале «Иллюстрированная Россия», рассмотрев и проанализировав тематику и жанровые особенности печатавшихся на его страницах спортивных фотоматериалов. «Иллюстрированная Россия» (*La Russie Illustrée*) – популярнейший в русской эмиграции литературно-иллюстрированный журнал, выходивший раз в неделю по субботам с 1924 по 1939 г. Издавался в Париже М.П. Мионовым, а с 1932 г. Б.А. Гордоном. В разное время редакторами журнала были А.И. Куприн и Б.А. Гордон; членами редакционной коллегии – И.А. Бунин, З.Н. Гиппиус, Б.К. Зайцев, И.С. Шмелев и Д.С. Мережковский.

Тенденции спортивной журналистики становятся объектом пристального внимания специалистов разных отраслей знания [Аверкова 2010; Алексеев, Ильченко 2013, 2016; Войтик 2019; Дементьева 2019; Макарова 2018; Михайлов, Мостов 2005; Hauer 2012; Imhoof 2009; Kolodzy 2006]; в том числе активно изучается актуальная для нашего исследования спортивная фотожурналистика [Ващук 2015, 2016а, 2016б; Зеленкова 2017; Румянцева 2018; Юргенова 2019]. Исследователь Н.И. Ворон отмечает, что в журналистской фотографии «в зависимости от конкретной творческой задачи выразительный диапазон простирается от протокольного до образного отражения действительности» [Ворон 2012: 4]. Особый интерес для нашего исследования представляют работы ученых, посвященные жанровой специфике спортивной журналистики [Антонова, Антонова 2018; Антонова, Мишанин 2018; Терских 2019; Шершнёва 2016; Bolz 2013; Terskikh 2018].

Отметим, что за всё время существования журнала было издано 748 номеров. Каждый номер являл собой отклик на события текущего момента и был посвящен множеству аспектов жизни русских диаспор за рубежом, жизни людей в СССР, жизни людей в других странах мира. Особенностью «Иллюстрированной России» было наличие большого количества фотографий, запечатлевших те или иные события, происшествия, людей. Обилие актуальных фотографий вместе с тематическим разнообразием текстового материала (от беллетристики и социальной публицистики до фельетонов, шарад, детской поэзии и прозы) делало журнал популярным среди большого числа людей. Не была обойдена вниманием и тема спорта.

Объектом исследования являются фотоматериалы на спортивную тематику в журнале «Иллюстрированная Россия», предметом – жанровые особенности спортивных визуальных фотоматериалов в названном журнале.

Цель настоящего исследования состоит в выявлении общего и особенного в тематическом разнообразии спортивных фотоматериалов журнала «Иллюстрированная Россия».

Для достижения поставленной цели нам необходимо выполнить следующие задачи:

- проанализировать номера журнала «Иллюстрированная Россия» за 1924–1939 гг. на предмет наличия спортивных медиатекстов;
- выделить параметры группировки спортивных медиатекстов журнала «Иллюстрированная Россия»;
- свести в таблицы спортивные медиатексты журнала «Иллюстрированная Россия» по тематическим группам в соответствии с выделенными параметрами;
- интерпретировать полученные результаты.

Методологическими основаниями исследования послужили:

– ретроспективный метод, позволивший нам определить тенденции развития спортивной тематики журнала «Иллюстрированная Россия» в 1924–1939 гг.;

– сравнительно-исторический метод, давший нам возможность выявить сходства и различия, общее и особенное в развитии спорта в различных странах мира в 20-е гг. XX в.;

– общенаучные методы анализа, синтеза, дедукции, индукции, абстрагирования, оказавшие нам помощь в тематическом группировании спортивных медиатекстов журнала «Иллюстрированная Россия», обработке и интерпретации полученных данных.

Нами была проанализирована подборка номеров журнала «Иллюстрированная Россия» за 1924–1939 гг., размещенная на сайте-архиве эмигрантской прессы (<http://www.librarium.fr>). К сожалению, количество номеров журнала по годам выпуска неполное: за 1924 г. – 3 номера, за 1925 г. – всего 2; 1926, 1927 и 1930 гг. представлены полностью – по 52 номера; 1928 г. – 19 номеров, 1929 г. – 7, 1931 г. – 21, 1932 г. – 1, 1933 г. – 3, 1934 г. – 1, 1935 г. – 11, 1936 г. – 2, 1938 г. – 1, 1939 г. – 3; 1937 г. представлен не был. В общей сложности нами были проанализированы 230 номеров журнала, из них 165 включали медиатексты на спортивную тематику; количество статей, содержащихся в этих номерах, – 436 (см. табл. 1).

Таблица 1

**Количество номеров и статей на спортивную тематику
журнала «Иллюстрированная Россия», представленных
на сайте-архиве эмигрантской прессы**

Год	Количество номеров		Общее количество статей спортивной тематики
	всего	со статьями спортивной тематики	
1924	3	1	1
1925	2	1	2
1926	52	49	179
1927	52	38	109
1928	19	15	40
1929	7	2	4
1930	52	33	56
1931	21	13	30
1932	1	1	1
1933	3	3	4
1934	1	0	0
1935	11	6	7
1936	2	0	0
1937	0	0	0
1938	1	1	1
1939	3	2	2
Всего	230	165	436

Вследствие неполноты комплектов номеров журнала по годам выборка также будет неполной. Вместе с тем большое количество примеров позволяет проследить общую динамику развития представления спортивной тематики на страницах журнала «Иллюстрированная Россия» и сделать срез спортивных медиатекстов в соответствии с выделенными нами параметрами. Полный комплект номеров журнала «Иллюстрированная Россия» за 1926–1927 гг. делает возможным подробное и полное исследование особенностей развития спортивных медиатекстов журнала за указанный выше период.

Результаты исследования и их обсуждение

Первым выделенным нами параметром группировки спортивных медиатекстов журнала «Иллюстрированная Россия» является их жанровое своеобразие. Под жанром традиционно понимается общее понятие, отражающее наиболее существенные свойства и связи явлений мира искусства, совокупность формальных и содержательных форм произведения.

Исследователи спортивной журналистики К.А. Алексеев и С.Н. Ильченко отмечают, что «жанр – совокупность креативных профессиональных приемов в журналистском творчестве, которые используются при обработке информации с целью придания ей необходимого законченного вида как единице медийного контента, охватывающей собственное конкретное содержание в виде текста» [Алексеев, Ильченко 2016: 51]. В.И. и В.В. Антоновы добавляют, что «у любой жанровой формы существуют конкретные изотропические характеристики, возникающие в процессе журналистского творчества либо произвольно, либо целенаправленно» [Антонова, Антонова 2018]. Применительно к журналистике можно говорить о жанре как о некоей устоявшейся во времени и освещенной традицией совокупности тем и проблем, соответствующей определенной публицистической форме [Тулупов 2015: 139]. В нашем случае можно выделить три группы жанров спортивной журналистики: фотожурналистику, графику / рисованную иллюстрацию и публицистику. Первые две группы жанров основываются на визуальных формах подачи информации, третья – на текстовой.

В процессе анализа спортивных медиатекстов журнала «Иллюстрированная Россия» нами были выделены следующие жанры в фотожурналистике – фотоинформация, фотопортрет, фоторепортаж, фотоколлаж, фоторепродукция и фотореклама.

Современное общество обращено к визуальным методам, что обусловлено визуализацией и медиатизацией больших объемов информации, опосредующих социальные интеракции. Язык визуальных образов становится доминантным определением взаимодействий в парадигме общественных отношений. Обращение к изучению, анализу и интерпретации визуальных (в нашем случае фотографических) документов объясняется

не только возрастающими количеством и значением образов и изображений. Техника и технологии фото- и видеосъемки, возможность их повседневного применения большинством людей создает ситуацию накопления визуального материала, фиксирующего обычную жизнь. По мнению С.И. Симаковой, «фотография была первой в цепочке появления и распространения визуальных и синтетических средств массовой коммуникации (среди которых – кинематограф, телевидение, видео, интернет), ставших этапами большого пути к тотальной визуализации окружающего нас мира» [Симакова 2020: 127].

Фотоинформация (фото заметка) – жанр фотожурналистики, констатирующий факт, явление или событие, взятые «как есть». Иными словами, фотография показывает зрителю что изображено, и только. Фотография может иметь заголовки и сопровождаться кратким текстом, выполняющим, в данном случае, вспомогательную, пояснительную функцию. Примерно половина всех спортивных медиатекстов журнала «Иллюстрированная Россия» за 1924–1939 гг. из исследованных нами представлена в жанре фотоинформации (см. табл. 2).

Таблица 2

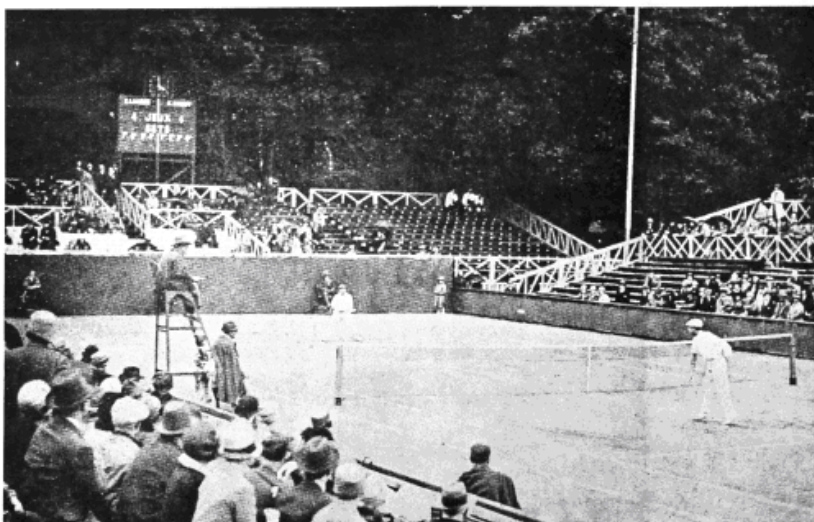
**Перечень жанровых форм спортивных фотоматериалов
журнала «Иллюстрированная Россия» и их количество в 1924–1939 гг.**

<i>Фотожанры</i>	<i>1924</i>	<i>1925</i>	<i>1926</i>	<i>1927</i>	<i>1928</i>	<i>1929</i>	<i>1930</i>	<i>1931</i>	<i>1932</i>	<i>1933</i>	<i>1935</i>	<i>1938</i>	<i>1939</i>	<i>Всего</i>
Фотоинформация	-	-	93	38	10	2	15	9	-	2	2	1	1	173
Фотопортрет	-	2	56	54	10	-	28	8	-	1	3	-	-	162
Фоторепортаж	1	-	15	7	9	-	7	1	-	-	-	-	-	40
Фотоколлаж	-	-	2	8	3	-	4	1	-	-	-	-	-	18
Фоторепродукция	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Фотореклама	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Итого	1	2	168	107	33	2	54	19	0	3	5	1	1	396

Как правило, это отдельные фотографии, посвященные определенному спортивному событию или факту из жизни спорта, наглядно изображающие это событие или факт в момент их свершения, и имеющие заголовки и короткий сопроводительный текст. Типичным примером спортивного медиатекста журнала «Иллюстрированная Россия», выполненного в жанре фотоинформации, является приводимый ниже фотоматериал «Ме-

ждународное состязание въ Лаунъ-Теннисъ» (рис. 1). Мы видим заголовок, называющий событие, фотографию, фиксирующую событие, и помещенный ниже текст, поясняющий зафиксированное событие: *Со времени побѣды, одержанной в лаунъ-теннисъ Сюзанной Ленглэнъ, интересъ къ этому виду спорта во Франціи сильно поднялся. Былъ организованъ рядъ большихъ состязаній, среди которыхъ особенно интересенъ состоявшійся на дняхъ въ Croix Catelan, матчъ Франція – Америка. Послѣ долгой борьбы побѣда осталась за американскими игроками. Наша фотографія изображаетъ общій видъ состязанія* (Иллюстрированная Россия. 1926. № 24 (57). 12 июня. С. 11).

Международное состязание въ Лаунъ-Теннисъ.



Со времени побѣды, одержанной въ лаунъ-теннисъ Сюзанной Ленглэнъ, интересъ къ этому виду спорта во Франціи сильно поднялся. Былъ организованъ рядъ большихъ состязаній, среди которыхъ особенно интересенъ, состоявшійся на дняхъ въ Croix Catelan, матчъ Франція—Америка. Послѣ долгой борьбы побѣда осталась за американскими игроками. Наша фотографія изображаетъ общій видъ состязанія.

Рис. 1. Образец фотоинформации.
«Международное состязание въ Лаунъ-Теннисъ»

Спорт имеет особую сюжетную линию и структуру. Включает в себя одну игру, турнир, сезон или серию сезонов. Обычно связанный с выигрышем момент неопределенности по меньшей мере частично разрешается в ходе игры. Спортивные сюжеты также должны поддерживать интерес читателей к последующим играм, обеспечивать постоянное понимание важности и неопределенности предстоящих событий. Исследователи подчеркивают, что также важными становятся вопросы «Почему?», «Когда?», «Как?» и другие предположения о причинах победы и проиг-

рыша, вклада различных персонажей (спортсменов, тренеров, толпы, болельщиков, владельцев и т. д.). Возможные последствия конкретного результата создают чувство драматизма, интерес и напряженность [Kennedy, Hills 2009: 76].

Фотопортрет – жанр фотожурналистики, фиксирующий человека или группу людей, взятых как в контексте тех или иных событий, так и безотносительно них. От фотоинформации фотопортрет отличается акцентуацией внимания автора снимка не на событии, а на персоне, т. е. на том, кто изображен. Фотопортрет – второй по численности жанр спортивных медиатекстов журнала «Иллюстрированная Россия», количество материалов в этом жанре – 162 (т. е. не многим меньше, чем таковых в жанре фотоинформации за аналогичный период). Обычно это отдельные фотографии или несколько фотографий, изображающие спортсмена или группу спортсменов как непосредственно в момент спортивного события, так и опосредованно. Главной особенностью здесь является акцентуация внимания читателя на личности изображенного на фотоснимке человека. Фотография также сопровождается заголовком и пояснительным текстом из нескольких предложений. В качестве примера фотопортрета ниже приводим спортивный медиатекст «Русские Сокола в Праге» (рис. 2): *Группа соколовъ-руководителей гимнастического общества «Русский Соколъ» в Прагѣ. Въ центрѣ видный русскій сокольскій деятель Р. Тодтъ, бывший до 1927 г. старостой общества «Русскій Соколъ» в Чехословакии* (Иллюстрированная Россия. 1927. № 21 (106). 21 мая. С. 15).

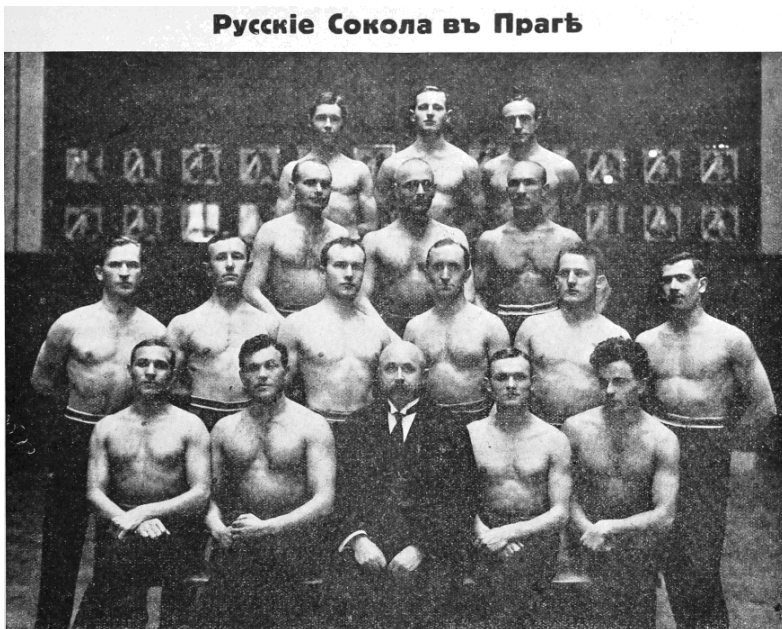


Рис. 2. Образец фотопортрета. «Русские Сокола в Праге»

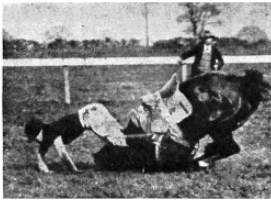
Назначение данного статичного портрета – раскрытие человеческого характера, того внутреннего мира, который составляет сущность данного человека, создание его образа. Периодическая печать – это сфера нехудожественной коммуникации, в которой главенствует прагматическая, информационная направленность. Поэтому фотоматериал «Русские Сокола в Праге» служит иллюстрацией в дополнение к текстовой информации – реалистичный портрет предполагает максимальную приближенность к главным чертам и качествам героев (руководители гимнастического центра показаны как атлетически сложенные, словно птицы-соколы).

Фоторепортаж – жанр фотожурналистики, раскрывающий то или иное событие в его динамике через серию фотографий, фиксирующих ключевые этапы развития этого события. Фоторепортажу свойственна хронологическая последовательность, документальность, авторская подача фотоматериала. Фоторепортаж занимает третье место по количеству опубликованных спортивных медиатекстов на страницах журнала «Иллюстрированная Россия» – выявлено 40 примеров. Здесь фоторепортаж – это цикл из нескольких фотографий, последовательно раскрывающих освещаемое спортивное событие. Фоторепортаж имеет заголовок и пояснительный текст – к каждой из фотографий или ко всем фотографиям сразу, – в котором «обязательно указывается, что и когда произошло, кто принял участие» [Тулупов 2015: 140]. Типичным примером спортивного фоторепортажа журнала «Иллюстрированная Россия» является медиатекст «Принц Уэльский – жокей» (рис. 3): *Падения принца Уэльского с лошади были одно время предметом остроты и темой для каррикатуристов. Наследник английского престола считался едва ли не образцом неловкости и неумения ездить верхом. Между тем это как раз не так, и вызвано было подобное мнение лишь полным незнакомством со скаковым спортом. Английские скачки с препятствиями, страстным любителем которых является принц Уэльский, – весьма трудные спортивные испытания, и падения на барьерах – почти неизбежны в каждой скачке, – отнюдь не умаляют достоинств жокея. На днях мы имели случай отметить неожиданный результат большого национального стипль-чеза Ливерпуля, в котором из 42 лошадей закончило скачку лишь две. 2 апреля в скачке Хауторн-Хилл принц Уэльский совершил настоящий спортивный подвиг. Упав с лошадей на одном из барьеров, он быстро поднялся, поймал остановившуюся лошадь и, оседлав ее вновь, выиграл скачку. Наши снимки изображают три момента этого любопытного рекорда наследника английского престола* (Иллюстрированная Россия. 1928. № 18 (155). 28 апр. С. 20).

Вербальный компонент, соединяясь с визуальным, но не повторяя его, усиливает эмоционально-смысловой импульс, исходящий из трех фотоснимков: «Первый момент падения», «Принц Уэльский поднимается с земли...», «...и бросается преследовать лошадь, чтобы оседлать ее снова

и выиграть скачку». В данном случае полнее проявляется специфика журналистской деятельности: не только дать представление о падении принца Уэльского с лошади, но и побудить к действию. Здесь мы отмечаем органическое соединение изображения и слова. Основные черты, характерные для фоторепортажа, – сюжетность отображения с действующим лицом.

Принц Уэльский – жокей.



Первый момент падения.

Падения принца Уэльского с лошади были одно время предметом остроты и темой для карикатуристов. Наследник английского престола считался едва ли не образцом неопытности и неуверенности в верхом. Между тем это как раз не так и вывано было подобие мигнание лишь полным незнаком-

ством со скаковым спортом. Английская скачки с препятствиями, страстным любителем которых является принц Уэльский — весьма трудный спортивный испытания и падения на барьерах — почти неизбежны в каждой скачке, — отнюдь не умаляют достоинств жокея. На дикях мы иблн



Принц Уэльский поднимается с земли.

случай отметить неожиданный результат большого национального стипльчеза Ливерпуля, в котором из 42 лошадей заняли скачку лишь дв. 2 апреля в скачке Хаутон-Хилл принц Уэльский совершил настоящий спортивный подвиг. Упав с лошадью на одном из барьеров, он быстро поднялся, поймал остановившуюся лошадь и, оседлав ее вновь, выиграл скачку. Наши снимки изображают три момента этого любопытного рекорда наследника английского престола.



... и бросается преследовать лошадь, чтобы оседлать ее снова и выиграть скачку.

родильным приютам и в одном из них он случайно узнает, что там находится на излечении Эпштейн.

Его не пускают в лечебницу, но Кончив разговор по телефону, Эпштейн повесила трубку и набросилась на мужа со словами: «мразь», «хамь» и т. п. Затем она несколько раз плю-

Рис. 3. Образец фоторепортажа. «Принц Уэльский – жокей»

Фотоколлаж – жанр фотожурналистики, являющий собой произвольное соединение нескольких фотоизображений в одно с сопутствующими этому процессу спецэффектами (эффект мозаики, эффект пазла и т. д.). Будучи достаточно экспрессивным жанром фотожурналистики, фотоколлаж является реализацией авторской фантазии в плане выражения и авторских целей, и задач – в плане содержания. Обычно эти фотопубликации, являющиеся откликом на актуальные моменты действительности, носят прямой иллюстративный характер. Но среди них можно обнаружить фотоработы с авторским самовыражением, яркой мыслью, оригинальностью, т. е. содержательно емкие и впечатляющие, что отличает фотомонтаж как жанр.

На страницах «Иллюстрированной России» жанр фотоколлажа не получил большого распространения и заметно проигрывает в количественном отношении первым трем описанным жанрам фотожурналистики: всего 18 примеров. Здесь он представляет несколько фотографий, соединенных по принципу мозаики и воспринимаемых визуально как одно сложное изображение. Как правило, к каждой фотографии, части мозаичного целого, существует отдельная подпись; имеется также заголовок и пояснительный текст на несколько предложений. В качестве примера рассмотрим спортивный медиатекст «Водный спорт в современной России» (рис. 4):

Увлечение спортом из Европы постепенно перешло и в Россию. Однако большинство видов спорта рядовому обывателю сейчас там мало доступны. Почти все спортивные организации находятся в руках у коммунистов, пользующихся ими для агитационных целей. Лишь потом, на лоне природы удастся заниматься спортом, главным образом водным, без ношения красных плакатов и без пения Интернационала, так как плавать и грести можно и не вступая в организации, находящиеся под бдительным контролем начальства. Наши фотографии изображают несколько отдельных картинок водного спорта в современной России (Иллюстрированная Россия. 1926. № 33 (66). 14 авг. С. 12–13).



Рис. 4. Образец фотоколлажа. «Водный спорт в современной России»

Для отображения героико-патриотической тематики, например, широко используется метафора, что можно объяснить желанием опозитивировать лучшие человеческие устремления и достижения в водном виде спорта.

Фоторепродукция – жанр фотожурналистики, представляющий собой фотографическое воспроизведение какого-либо предмета искусства с целью точно передать информацию о нем, сохранить его подлинность и внешний вид. Достаточно редкое использование фоторепродукции на страницах печатных изданий объясняется специфической функцией последней – вызвать у читателя эмоции, связанные с восприятием произведения искусства (эстетическое наслаждение, восторг, сочувствие и со-

переживание, катарсис и т. д.). Использование фоторепродукции спортивного характера на страницах журнала «Иллюстрированная Россия» носит единичный характер (2 примера). В журнале «Иллюстрированная Россия» фоторепродукция снабжена заголовком и кратким пояснительным текстом. В примере, приводимом на рис. 5, объем пояснительного текста равен одному предложению и едва ли длиннее заголовка: *Grand Prix – Трибуны для публики* (Иллюстрированная Россия. 1926. № 26 (59). 24 июня. С. 9).



Рис. 5. Образец фоторепродукции. «На Парижских скачках»

Фотореклама – жанр фотожурналистики, использующий специально созданные фотоизображения в рекламных целях. Фото может быть как одно, так и несколько; возможен заголовок и пояснительный текст: это может быть похоже на фотоинформацию, фотопортрет, фоторепортаж или фотоколлаж с той лишь разницей, что акцентуация будет делаться не на событии или персоне, а на рекламируемом товаре или услуге. В журнале «Иллюстрированная Россия» приводится единичный медиатекст подобного жанра – реклама акционерного общества *Cycles Olympique*, одного из крупнейших производителей велосипедов во Франции 1920-х гг.: *Акционерное общество “Cycles Olympique” является одной из самых крупных велосипедных фирм во Франции, широко способствовавшей за последние годы развитию этого вида спорта. Фирма имеет во Франции 134 магазина. Большинство самых крупных призов на международ-*

ныхъ состязаніяхъ были выиграны на велосипедахъ “Olympique” (Иллюстрированная Россия. 1926. № 23 (56). 5 июня. С. 23).

Текст сопровождался двумя подписанными фотографиями: на одной изображен фасад главного магазина акционерного общества, на другой – бухгалтерия этого же общества.

Скажем также несколько слов об особенностях размещения спортивных медиатекстов в жанрах фотожурналистики на страницах журнала «Иллюстрированная Россия». Фотоинформация и фотопортрет, как правило, небольших размеров и могут печататься как отдельно на странице в окружении чужого текста, так и объединяться в тематические подборки под общей рубрикой (например, «Спортъ», «По бѣлу свѣту» и т. д.). Особенностью журнала «Иллюстрированная Россия» является также публикация материалов в жанре фотоинформации и фотопортрета в качестве иллюстрации обложки. Фоторепортажи могут занимать примерно четверть страницы, а фотоколлажи и фоторепродукции – от половины до полного разворота (2 страницы). Размер места, уделяемого фоторекламе, зависит от оплаты такого рекламодателем; в журнале «Иллюстрированная Россия» фотореклама занимает половину разворота.

Заключение (основные выводы исследования)

Нами были рассмотрены спортивные медиатексты журнала «Иллюстрированная Россия» за 1924–1939 гг., представленные на сайте-архиве эмигрантской прессы. Ввиду неполноты подборки исследуемых материалов по годам более пристальное внимание мы уделили номерам журнала за 1926–1927 гг., представленным на сайте в полном объеме. Спортивные фотоматериалы были проанализированы нами и сведены в таблицы по параметрам их жанровых особенностей.

Анализ жанровых особенностей спортивных медиатекстов журнала «Иллюстрированная Россия» диктует следующие выводы:

1) полное доминирование жанров фотожурналистики: фотоинформации, фотопортрета и фоторепортажа, – что напрямую связано с ориентирующей читателя на визуальное восприятие информации концепцией журнала, зафиксированной в его названии;

2) визуальные иллюстрированные коммуникации не менее важны, чем текст: если их неправильно использовать, то основной посыл будет потерян; графическая часть должна облегчить усвоение и понимание всей информации;

3) главная ассоциация со спортом – это динамика, движение; даже если речь идет о малоподвижном спорте, например шахматах, фотограф как корреспондент с места событий, как журналист должен суметь передать напряженность ключевых моментов; люди обращают больше внимания на визуальную составляющую, чем на текст, поэтому от фотографии к статье зависит и реакция публики на мероприятие, а именно человек – выражение этой динамики;

4) обнаруживается поликодовость (смешанный характер текстов с различными невербальными знаковыми системами – изображение, фотоиллюстрация);

5) жанр раскрывает свои возможности в единстве фотографического и текстового компонентов; единство компонентов достигается в том случае, когда взаимосвязь между ними органична, когда для раскрытия темы целенаправленно используются преимущественные качества фотографии и слова.

В целом же можно отметить, что журнал «Иллюстрированная Россия», размещая фотоматериалы спортивных реалий 1920–1930-х гг., ничем не уступает аналогичным советским или европейским изданиям того времени.

Список литературы

- Аверкова А.В.* Тема спорта в искусстве доэкранный периода // Вестник Череповецкого государственного университета. 2010. № 3 (26). С. 56–59.
- Алексеев К.А., Ильченко С.Н.* Основы спортивной журналистики. М.: Аспект Пресс, 2016. 240 с.
- Алексеев К.А., Ильченко С.Н.* Спортивная журналистика. М.: Юрайт, 2013. 427 с.
- Антонова В.И., Антонова В.В.* Проблемы дифференциации жанровых форм медийных текстов в современной теории журналистики // Огарев-online. 2018. № 3. URL: <http://journal.mrsu.ru/arts/problemu-differenciacii-zhanrovux-form-medijnyx-tekstov-v-sovremennoj-teorii-zhurnalistiki> (дата обращения: 10.03.2020).
- Антонова В.И., Мишанин Ю.А.* К вопросу о типологической дифференциации медийных изданий в теории современной журналистики: теоретический аспект // Международная журналистика–2018: глобальные вызовы, региональное партнерство и медиа: материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. Минск, 2018. С. 4–8.
- Ващук М.А.* Влияние общественно-политической ситуации в СССР на спортивную фотожурналистику в 1950–1990 гг. // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2016а. № 1. С. 172–175.
- Ващук М.А.* Проблемы развития отечественной спортивной фотографии (конец XIX – середина XX в.) // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2016б. Т. 150. № 2. С. 71–76.
- Ващук М.А.* Влияние цифровых технологий на развитие российской спортивной фотожурналистики (1991–2014 гг.) // МедиаАльманах. 2015. № 4 (69). С. 54–61.
- Войтик Е.А.* Категория «спорт» в русской литературе и журналистике середины XIX века // Гуманитарный вектор. 2019. Т. 14. № 1. С. 41–49. DOI: 10.21209/1996-7853-2019-14-1-41-49.
- Ворон Н.И.* Жанры фотожурналистики. М.: Фак. журналистики МГУ, 2012. 145 с.
- Дементьева К.В.* Преобразование имиджа России в зарубежных СМИ: опыт Чемпионата мира по футболу 2018 (по материалам интернет-портала «Ино-

- СМИ.ру») // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. № 4 (34). С. 107–115. DOI: 10.24411/2070-0695-2019-10411.
- Зеленкова Т.В.* Спортивная фотография как средство пропаганды здорового образа жизни // Формирование здорового образа жизни. Передовой опыт социально-педагогической работы с детьми и семьей: материалы обл. межведомств. науч.-практ. конф. Коломна, 2017. С. 77–82.
- Макарова П.В.* Спортивная журналистика: метод. пособие. М.: МПГУ, 2018. 30 с.
- Михайлов С.А., Мостов А.Г.* Спортивная журналистика: учеб. пособие. СПб.: Михайлов В.А., 2005. 223 с.
- Румянцева С.А.* Жанр спортивной фотографии // Студенческая наука и XXI век. 2018. № 2-2. С. 110–111.
- Симакова С.И.* «Цивилизация глаза»: специфика визуальной репрезентации события // Гуманитарный вектор. 2020. Т. 15, № 1. С. 125–133. DOI: 10.21209/1996-7853-2020-15-1-125-133.
- Терских М.В.* Жанровая специфика аккаунтов спортивных брендов в аспекте социальной ориентированности бизнеса (на примере социальной сети Facebook) // Научный диалог. 2019. № 3. С. 132–146. DOI: 10.24224/2227-1295-2019-3-132-146.
- Тулупов В.В.* Формы подачи и жанры изобразительной пресс-журналистики // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2015. № 1. С. 137–142.
- Шеринёва Ю.С.* Жанры спортивной журналистики: современные тенденции // Ученые записки Новгородского государственного университета. 2016. № 3 (7). URL: <https://www.novsu.ru/file/1241679>.
- Юргенева А.Л.* Спортивная фотография XIX века: социум и концепт движения // Художественная культура. 2019. № 3 (29). С. 170–217. DOI: 10.24411/2226-0072-2019-00031.
- Bolz M.* Fussballjournalismus: Eine medienethnographische Analyse redaktioneller Arbeitsprozesse: Dissertation Universität Koblenz-Landau. Berlin: Springer VS, 2013. 375 p.
- Hauer S.* Sportjournalismus in Deutschland. Vom Marktschreier bis zum Missionar: Das berufliche Selbstverständnis von Sportjournalisten in Deutschland: Dissertation an der Ludwig-Maximilians-Universität. München, 2012. 241 p.
- Imhoof D.* The game of political change: sports in Göttingen during the Weimar and Nazieras // German History. 2009. № 27. P. 374–394. DOI: 10.1093/gerhis/ghp032.
- Kennedy E., Hills L.* Sport, Media and Society. New York: Berg Publishers Ltd, 2009. 205 p.
- Kolodzy J.* Convergence Journalism: Writing and Reporting across the News Media. Oxford, 2006. 256 p.
- Terskikh M.V.* Visual metaphorization models in PSA discourse // XLinguae. 2018. Vol. 11, Iss. 2. P. 68–94. DOI: 10.18355/XL.2018.11.02.07.

References

- Alekseev, K.A., Il'chenko, S.N. (2016), *Osnovy sportivnoi zhurnalistiki* [Fundamentals of sports journalism], Moscow, Aspekt Press publ., 240 p. (in Russian).

- Alekseev, K.A., Il'chenko, S.N. (2013), *Sportivnaya zhurnalistika* [Sports journalism], Moscow, Yurait publ., 427 p. (in Russian).
- Antonova, V.I., Antonova, V.V. (2018), Differentiation of genre forms of media texts in modern theory of journalism. *Ogarev-online*, No. 3, available at: <http://journal.mrsu.ru/arts/problemy-differenciatsii-zhanrovyyx-form-medijnyx-tekstov-v-sovremennoj-teorii-zhurnalistiki> (accessed date: March 10, 2020). (in Russian).
- Antonova, V.I., Mishanin, Yu.A. (2018), K voprosu o tipologicheskoi differentsiatsii mediinykh izdaniy v teorii sovremennoi zhurnalistiki: teoreticheskii aspekt [To the question of typological differentiation of media in the theory of modern journalism: theoretical aspect]. *Mezhdunarodnaya zhurnalistika–2018: global'nye vyzovy, regional'noe partnerstvo i media* [International Journalism–2018: global challenges, regional partnership and media], Materials of the 7th International Scientific and Practical Conference, Minsk, pp. 4-8. (in Russian).
- Averkova, A.V. (2010), Tema sporta v iskusstve doekrannogo perioda [The theme of sport in the art of the pre-screen period]. *Cherepovets State University Bulletin*, No. 3 (26), pp. 56-59. (in Russian).
- Bolz, M. (2013), *Fussballjournalismus: Eine medienethnographische Analyse redaktioneller Arbeitsprozesse*, Dissertation Universität Koblenz-Landau, Berlin, Springer VS, 375 p. (in German).
- Dementieva, K.V. (2019), Transformation of Russia's image in foreign media: experience of the World championship in football 2018 (on the material online portal "InoSMI.ru"). *Sign: the problem field of media education*, No. 4 (34), pp. 107-115. DOI: 10.24411/2070-0695-2019-10411. (in Russian).
- Hauer, S. (2012), *Sportjournalismus in Deutschland. Vom Marktschreier bis zum Missionar: Das berufliche Selbstverständnis von Sportjournalisten in Deutschland*, Dissertation an der Ludwig-Maximilians-Universität, München, 241 p. (in German).
- Imhoof, D. (2009), The game of political change: sports in Göttingen during the Weimar and Nazieras. *German History*, No. 27, pp. 374-394. DOI: 10.1093/gerhis/ghp032.
- Kennedy, E., Hills, L. (2009), *Sport, Media and Society*, New York, Berg Publishers Ltd, 205 p.
- Kolodzy, J. (2006), *Convergence Journalism: Writing and Reporting across the News Media*, Oxford, 256 p.
- Makarova, P.V. (2018), *Sportivnaya zhurnalistika* [Sports journalism], Moscow, Moscow State Pedagogical University publ., 30 p. (in Russian).
- Mikhailov, S.A., Mostov, A.G. (2005), *Sportivnaya zhurnalistika* [Sports journalism], St. Petersburg, Mikhailov V.A. publ., 223 p. (in Russian).
- Rumyantseva, S.A. (2018), Zhanr sportivnoi fotografii [The genre of sports photography]. *Studencheskaya nauka i 21 vek*, No. 2-2, pp. 110-111. (in Russian).
- Shershneva, Yu.S. (2016), Genres of sports journalism: current trends. *Memoirs of Novgorod State University*, No. 3 (7), available at: <https://www.novsu.ru/file/1241679> (accessed date: March 10, 2020). (in Russian).
- Simakova, S.I. (2020), "Civilization of the Eye": the Specifics of the Visual Representation of the Event. *Humanitarian Vector*, Vol. 15, no. 1, pp. 125-133. DOI: 10.21209/1996-7853-2020-15-1-125-133. (in Russian).

- Terskikh, M.V. (2019), Genre Specifics of Sport Brands Accounts in Aspect of Social Orientation of Business (by Example of Facebook Social Network). *Nauchnyi dialog*, No. 3, pp. 132-146. DOI: 10.24224/2227-1295-2019-3-132-146. (in Russian).
- Terskikh, M.V. (2018), Visual metaphorization models in PSA discourse. *XLinguae*, Vol. 11, Iss. 2, pp. 68-94. DOI: 10.18355/XL.2018.11.02.07.
- Tulupov, V.V. (2015), Forms and genres of fine feed news journalism. *Proceedings of Voronezh State University. Philology. Journalism*, No. 1, pp. 137-142. (in Russian).
- Vashchuk, M.A. (2016a), The impact of Soviet social and political context on the sport photography in the 1950-1990s. *Herald of Tver state university. Series: Philology*, No. 1, pp. 172-175. (in Russian).
- Vashchuk, M.A. (2016b), Issues of formation and development of the Russian sport photography in the period of the late XIX – mid XX century. *Izvestia Ural federal university journal. Series 1, Issues in education, science and culture*, Vol. 150, no. 2, pp. 71-76. (in Russian).
- Vaschuk, M.A. (2015), Influence of digital technologies on the development of Russian sports photojournalism (1991-2014). *Medi@lmanah*, No. 4 (69), pp. 54-61. (in Russian).
- Voron, N.I. (2012), *Zhanry fotozhurnalistiki* [Genres of photojournalism], Moscow, Faculty of Journalism of the Moscow State University publ., 145 p. (in Russian).
- Voytik, E.A. (2019), The Category of “Sports” in Russian Literature and Journalism in the Middle of the 19th Century. *Humanitarian Vector*, Vol. 14, no. 1, pp. 41-49. DOI: 10.21209/1996-7853-2019-14-1-41-49. (in Russian).
- Yurgeneva, A. (2019), Sport photography of the 19th century: society and the concept of movement. *Art & Culture Studies*, No. 3 (29), pp. 170-217. DOI: 10.24411/2226-0072-2019-00031. (in Russian).
- Zelenkova, T.V. (2017), Sportivnaya fotografiya kak sredstvo propagandy zdorovogo obraza zhizni [Sports photography as a means of promoting a healthy lifestyle]. *Formirovanie zdorovogo obraza zhizni. Peredovoi opyt sotsial'no-pedagogicheskoi raboty s det'mi i sem'ei* [Formation of a healthy lifestyle. Best practices of social and pedagogical work with children and family], Materials of the Region Interagency Scientific and Practical Conference, Kolomna, pp. 77-82. (in Russian).

SPORTS PHOTOGRAPHIC MATERIALS IN THE MAGAZINE “ILLYUSTRIROVANNAYA ROSSIYA” IN ASPECT OF VISUAL COMMUNICATION: GENRE FEATURES

A.S. Gryzunova¹, D.A. Bakeeva², S.A. Rzhanova³

^{1,2,3} N.P. Ogarev National Research Mordovia State University (Saransk, Russia)

Abstract: The article analyzes sports photographic materials as one of the means of visual communication published in the Paris magazine “Illyustrirovannaya Rossiya” [Illustrated Russia] from 1924 to 1939. The authors consider the theme and genre features of sports illustrated media papers printed on its pages. The object of the

study is the sports theme of the magazine “Illyustrirovannaya Rossiya”, the subject is the visual and genre component of photographic materials in the mentioned magazine. The aim of the study is to identify the general and special in the thematic variety of sports photographic materials of the magazine “Illyustrirovannaya Rossiya”. In order to achieve this goal, the authors analyzed the issues of the magazine “Illyustrirovannaya Rossiya” for 1924-1939 (a sample of 230 numbers) for the presence of sports media; Parameters of the group of sports media of the magazine “Illyustrirovannaya Rossiya” are highlighted; The results presented are interpreted and reflected in the thematic group tables according to the selected parameters. The methodological bases of the study were: retrospective and comparative-historical methods, popular scientific methods of analysis, synthesis, derivation, induction, abstraction, communicative-pragmatic. It is stressed that as a result of analysis of genre features of sports materials of the magazine “Illyustrirovannaya Rossiya” there is a complete dominance of genres of photojournalism: photo information, photo portrait and photo report, which is directly related to the orientation of the reader on visual perception of information by the concept of the magazine recorded in its name. Photographic images become event signs and encrypted community social action symbols.

Key words: visualization, genre, mass media, sports, sports journalism, photojournalism.

For citation:

Gryzunova, A.S., Bakeeva, D.A., Rzhanova, S.A. (2020), Sports photographic materials in the magazine “Illyustrirovannaya Rossiya” in aspect of visual communication: genre features. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 3, pp. 596-614. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(3).596-614. (in Russian).

About the authors:

¹ **Gryzunova, Alexandra Sergeevna**, Graduate student 1st year of study majoring in Journalism at the Faculty of Philology

² **Bakeeva, Diana Anvarovna**, PhD, Associate Professor of the Department of Journalism

³ **Rzhanova, Svetlana Alexandrovna**, Prof., Head of the Department of Journalism

Corresponding authors:

^{1,2,3} Postal address: 68/1, Bol'shevistskaya ul., Saransk, 430005, Russia

¹ E-mail: alex.g.13@yandex.ru

² E-mail: bakeeva.di@yandex.ru

³ E-mail: rzanova@mail.ru

Received: March 4, 2020

Revised: March 9, 2020

Accepted: August 13, 2020

ОТКРОВЕННЫЙ РАЗГОВОР В АСПЕКТЕ ЖАНРОВОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СОБЕСЕДНИКОВ

Т.В. Матвеева

*Пермский государственный национальный исследовательский университет
(Пермь, Россия)*

Аннотация: Работа относится к проблемной области описания вторичного диалогического жанра речи на базе первичных. Ставится цель выявления жанровой специфики на основе интенционально обусловленных речевых поступков личности в соотношении с типовой интенцией жанра. Выявляется перечень использованных речевых тактик и подчеркивается значимость последовательного применения их групп. Материалом статьи послужила русская разговорная речь в жанре интенционального (возникшего по внутренней потребности, не вынужденного) откровенного разговора, представлен полный анализ связного разговорного текста, содержанием которого являются семейные проблемы одного из коммуникантов (откровенника). Основное внимание сосредоточено на речевых действиях его конфиденнта: отслеживается динамика тактических речевых действий и характер влияния конфиденнта на речевого лидера беседы, откровенно и драматично говорящего о своих трудностях. Применяемые методы базируются на деятельностной концепции языка и ее конкретизации в терминах речевых стратегий и тактик коммуникантов. Акцентируется момент речевого взаимодействия, прагматический смысл речевого поступка говорящего в составе интеракции. Тактико-стратегический анализ разговорного материала в плане жанровой компетенции собеседников приводит к заключению о формирующих ее речевых тактиках и прагматически обусловленной динамике коммуникативного взаимодействия.

Ключевые слова: интенция, речевой жанр, жанровая компетенция личности, речевой поступок, стратегия речевого взаимодействия, тактика речевого взаимодействия.

Для цитирования:

Матвеева Т.В. Откровенный разговор в аспекте жанровой компетенции собеседников // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 3. С. 615–626. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(3).615-626.

Сведения об авторе:

Матвеева Тамара Вячеславовна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры стилистики русского языка

Контактная информация:

Почтовый адрес: 614990, Россия, Пермь, ул. Букирева, 15

E-mail: tomat-44@mail.ru

Финансирование:

Подготовлено при поддержке гранта РФФИ 18-012-00382 «Речевой быт семьи: аксиологическая реальность и методы исследования (на материале живой речи уральского города)»

Дата поступления статьи: 06.06.2020

Дата рецензирования: 08.06.2020

Дата принятия в печать: 13.08.2020

Введение

Жанры речи отражают виды социокультурной деятельности и представляют собой формы (модели) речевого и текстового осуществления такой деятельности [Салимовский 2002: 7]. Лингвистический интерес к жанровой проблематике нарастает уже несколько десятилетий [Goffman 1981; Салимовский 2002; Gajda 2009; Дементьев 2010; Месеняшина 2011; Гиндин 2015; Loewe 2016; Кантурова, Стексова 2019]. Деление речевых жанров на первичные и вторичные (по Бахтину) не отрицает их единой коммуникативной природы. Одной из нерешенных проблем жанроведения является соотношение первичных жанров со вторичными [Dobrzyńska 1992]. В соответствии с законами «синхронной речевжанровой вторичности» оно определяется «противопоставлением речевых единиц разных уровней абстракции, таких как, например, речевой акт, субжанр, жанр, гипержанр» [Дементьев 2019: 11].

Сосредоточимся на проблеме соотношения речевых актов и субжанра, выбрав в качестве объекта один из субжанров диалогической разговорной речи, а именно откровенный разговор о сложной проблеме. Данный субжанр содержательно отклоняется от ядерного варианта жанра **разговор по душам**, сосредоточенного непосредственно на смысле жизни. По замечанию В.В. Дементьева, «разговор по душам – это разговор о душе», но важнее, что это должен быть «разговор о самом главном» [Дементьев 2010: 306] для коммуникантов (или хотя бы одного из них) при наличии их духовной близости. В русской речевой практике самое главное на момент разговора часто связано с жизненными проблемами, которые и составляют содержание доверительных разговоров. Общей интенцией собеседников при этом является сверка понимания проблемы при взаимном обмене симпатиями, что особенно важно для того, чья проблема обсуждается.

Как любая единица языковой системы (фонема, слово, предложение), а также тип композиционно-речевой структуры (сложное синтаксическое целое, функционально-смысловой тип речи, текст), жанр вариати-

вен. В самом общем виде к этому объекту применима инвариантно-вариантная модель, согласно которой его инвариантом является некая ментальная схема, а варианты связаны с реализацией этой схемы языковыми средствами и обусловлены коммуникативно-прагматической конкретикой данной реализации [Рабенко 2020: 7]. По совокупности критериев (в их списке доминирующая целеустановка, тип ситуации, степень близости участников общения, типовое содержание, тональность) [Рытникова 1996: 10–11] откровенный разговор входит в число жанровых вариантов беседы.

Участники откровенного разговора могут иметь «общее главное», но в разговоре о наболевшем чаще реализуется тот вариант коммуникативной ситуации, который связан с серьезной проблемой одного из коммуникантов. Он связан с интенциональной откровенностью, проистекающей из внутренней потребности человека. В таком случае необходимо уточнение термина **секретник**, введенного при анализе призыва к откровенности [Верещагин, Костомаров 2005: 515]. Человек, открывающий личные проблемы добровольно, по велению души, если и является секретником, то не для своего собеседника. Обозначим коммуникативную роль инициатора откровенности в доверительной беседе с конфидентом по той же модели словом **откровенник**. Интенциональный вариант откровенного разговора широко распространен как в силу ценностной значимости этого понятия в русской культуре, так и в силу русской речевой традиции, в соответствии с которой в неформальном общении нормально *плакаться* близкому по духу человеку [Дементьев 2010: 317–320]. Это особенно характерно для женского дружеского общения, нацеленного на психологический результат в виде сочувствия и понимания собеседницы.

В доверительном разговоре откровенник задает состав содержания и внутренне обусловленную тональность изложения (обычно драматичную), конфидент же, в конечном счете, отвечает за психологический результат общения. Данный вариант жанра реализуется в семейном и дружеском общении, а также в разговорах со случайным собеседником (например, попутчиком в поезде). Объем и качество диалогического общения коммуникантов зависит от того, насколько конфидент соответствует жанровому «горизонту ожиданий» (Ст. Гайда), дает ли он выговориться откровеннику, поощряя его речевую активность, проявляет ли отзывчивость, выражает ли сочувствие, демонстрирует ли общность позиций.

При всей значимости диктумного состава данного жанра, его модусное содержание несомненно является ведущим, поэтому доверительный разговор может рассматриваться «отсубъектно» – через призму жанровой компетентности его участников (понятие коммуникативной компетенции затрагивается нами только в связи с деятельностным коммуникативно-прагматическим компонентом, хотя обобщенная модель коммуникативной компетенции многокомпонентна [Сковородников 2003: 100–

101]). Такой подход соответствует целостной концепции жанра, разработанной К.Ф. Седовым. Согласно ей, речевой жанр представляет собой «вербальное оформление типичной ситуации социального взаимодействия людей» [Седов 1999: 115] с закрепленными нормами коммуникативного взаимодействия, внутрижанровыми стратегиями и тактиками речевого общения [Седов 1999: 117–125]. Их исчисление и определение функциональной нагрузки представляет собой цель исследования речежанровой компетенции [Рогачева 2011].

Методы и материал

Каждый из участников непринужденного диалогического общения может выразить модусные смыслы своих речевых действий только с помощью речевых поступков, в основе которых лежит конкретная интенция личности, соотношенная с типовой интенцией жанра – важнейшим из жанрообразующих признаков. **Речевой поступок** представляет собой реализацию коммуникативной тактики, которая выявляется путем генерализации смыслов ряда сходных по интенции высказываний [Верещагин, Костомаров 2005: 543]. **Речевая тактика** представляет собой план содержания первичного речевого жанра как знакового образования. Генерализация тактик, связанных с единством интенции говорящего, отражается термином **речевая стратегия**.

Использованные методы базируются на деятельностной концепции языка и применяются к диалогическому материалу естественной разговорной речи. В анализе акцентируется момент речевого взаимодействия, единицей наблюдения является речевая интеракция, что говорит о сближении данного подхода с методом конверсационного (транзакционного) анализа [Sacks 1992; Psathas 1995]. Тактико-стратегический подход связан с учетом коммуникативной роли коммуниканта и акцентированием коммуникативно-прагматического смысла его речевых поступков. Нацеленность современной лингвопрагматики на выявление набора речеповеденческих тактик соотносительно со стратегиями речевого общения уже привела к значительным результатам: выявлен не только обширный репертуар тактик, но и предложена тактико-стратегическая систематизация (например, [Иссерс 2008]). Исходя из того, что «вторичные жанры определяются через возможность включения в их состав первичных жанров» [Гиндин 2015: 57], можно отследить набор и последовательность использованных речевых тактик, а далее обобщить наблюдения в виде генерализованного представления об их типовой композиции в рамках вторичного жанра.

Проследим речевую партию конфиденанта в откровенном разговоре о семейных проблемах двух подруг зрелого возраста (материал из текстовки разговорной речи филологического факультета Уральского федерального университета оригинальный, диалог зафиксирован с помо-

щью записывающей техники). Этот разговор полностью лишен ситуативных включений, что косвенным образом говорит о значимости развиваемой в нем тематики. Обсуждается болезненная проблема, связанная с семьей сына откровенничающей собеседницы: сын женился на женщине с ребенком, который и является главной проблемой откровенницы. Объем разговора около 1 200 слов.

В темпоритмическом отношении доверительный проблемный разговор отвечает структуре разговорной беседы [Матвеева 2016], с той разницей, что мена коммуникативных ролей речевого лидера (откровенника) и конфиденнта не обязательна. Конфидент может на протяжении всего общения оставаться «на вторых ролях», что и наблюдается в избранном диалоге. Речевая партия конфиденнта С. включает в себя короткие и средние по величине реплики-реакции (в нашем диалоге ее партия почти в 6 раз меньше, чем у лидера, средняя длина реплик конфиденнта составляет 5 слов, тогда как откровенница А. преимущественно оперирует инициативными высказываниями в несколько десятков слов). В общем виде речевое поведение конфиденнта обусловлено отчетливым желанием дать своему речевому партнеру возможность полноты высказывания в силу интенции сочувствия и нацеленности на соучастие в решении проблемах подруги.

Демонстрация интеракционного анализа

В речевой партии конфиденнта используются самые разные приемы речевого поддерживания информационно лидирующей собеседницы. В их числе поддакивания, реплики согласия, унисонные и одобрительные эмоционально-оценочные реакции (*ого!*; *ни фига!*), унисонное мнение-замечание (*Я бы выпорола!*), иногда в сочетании с развитием высказывания откровенницы (*Ну да, чтобы он не зря учился*). Совокупность таких реакций ясно свидетельствует о том, что конфиденнт психологически находится на стороне откровенника. О том же говорят реплики расспрашивания, свидетельствующие о вдумчивом слушании и мыслительном участии в совместной разработке проблемы. Таких реплик много, и они рассредоточены по пространству диалога: *Ну а что-то он еще может делать?*; *Он во втором классе уже?*; *Он на уроках просто... ну как бы в облаках витает?*; *Или он еще просто / еще ведет себя плохо?* Дважды при этом происходит сдвиг темы с ребенка на взрослых: *Антошка ходил к классному руководителю?*; *А Юлька как на эту ситуацию смотрит?* (использованы имена взрослых детей откровенницы). Нет сомнений, что конфиденнт заинтересованно относится к проблемам своей подруги. Об этом же говорят реплики, содержащие предложение конфиденнта: *Ну а пусть Антон подойдет*.

Сказанное не означает, что психологическая поддержка, которую подруга оказывает своей взволнованно и темпераментно жалующейся собеседнице, безоговорочна и позиция той не подвергается сомнению. По-

друга не разделяет мнения откровенницы о полной и окончательной запущенности обсуждаемого ребенка. Это выражается в неоднократных попытках объяснить или оправдать называемые прегрешения мальчика: **А.:** *Он ничего не делает.* – **С.:** *У него где-то запущено;* **А.:** *Он может во второй обуви прийти, а ботинки оставить в раздевалке.* – **С.:** *Замечтался и пришел;* **А.:** *Где шапка?* – *Не знаю где шапка.* – **С.:** *Ну слушай, у меня Данька тоже был как бы.* Подобные речевые поступки не сконцентрированы в каком-либо фрагменте текста. Они чередуются с унисонными поступками, так что разногласия говорящих не акцентируются. Периодически конфидентом используются также тактики сомнения и неуверенности в утверждениях откровенницы, причем речевые реализации такого рода могут группироваться в соседних диалогических единствах, например: *м-м, странно; вообще странно.*

Наконец, в данном диалоге есть фрагмент, в котором находит выражение позиция конфиденга, полностью не совпадающая с мнением собеседницы. Характерно, однако, что данная позиция основывается на мнении третьего лица – дочери жалобщицы, т. е. ответственность за такую позицию, по крайней мере, делится на двоих:

С.: *А Юлька / как на эту ситуацию смотрит?*

А.: *Она сказала // «Отстань от них»*

С.: *Ну значит отстань*

А.: *Она сказала / вообще «Мама / отстань от них!»*

С.: *Ну так значит отстань*

А.: *Они всё равно / э-это э-э делают так как / э-э считают нужным*

С.: *Ну вот и отстань*

А.: *«Вот и отстань / говорит / от них»*

В данном диалоге демонстрируется высокий уровень жанрово-стилистической компетентности конфиденга, репертуар коммуникативных тактик которого разнообразен, а комбинаторика и общая последовательность свидетельствуют о наличии единой стратегии речевого поведения. При этом различные по интенции и средствам речевого оформления тактики конфиденга перемежаются, в совокупности образуя жанровую композицию в границах стратегии речеповеденческой помощи собеседнице, нуждающейся в понимании и сочувствии. Эта генеральная стратегия осложнена некоторым содержательным расхождением позиций с откровенницей, т. е. налицо дополнительная коммуникативная стратегия: конфиденг не только сочувствует подруге, но и пытается если не переубедить, то сколько-то успокоить ее, уменьшив значимость проблемы. Перевод разговора на другую тему с помощью вопроса (*Ну а на работе у Антошки?*) производится конфидендом не ранее момента накопившейся тематической усталости обеих подруг.

Описание жанра с позиций дискурсивного мышления личности предполагает не только исчисление речевых поступков собеседника, но и оцен-

ку их комбинаторики и последовательности. К.Ф. Седовым очень точно вброшено, применительно ко вторичным речевым жанрам, понятие 'сюжет' [Седов 1999: 117]. Развитие психологического сюжета откровенного разговора задается жанровой стратегией и, при всей произвольности неформального диалогического общения, характеризуется направленной динамикой речевых партий коммуникантов. При этом доверительный разговор связан с замедленной динамикой речевого поведения откровенника, тогда как поведение конфиденнта отличается разнообразием тактик и выраженной динамичностью. Именно конфиденнт выступает «агентом влияния» на своего собеседника, и результативность его воздействующих речевых действий прослеживается в процессе речевого общения.

Отметим психологически бережное по отношению к собеседнице реактивное поведение конфиденнта в рассмотренном диалоге: вначале применяются приемы детализации и уточнения, подруга интеллектуально вникает в болезненную для собеседницы ситуацию. На этом этапе широко используются также речевые поддержки, сближающие говорящих. Неуверенность в правоте собеседницы, сомнения конфиденнта в том, что проблема понимается откровенником адекватно, проявляются только на предварительно созданном психологически благоприятном фоне, а также смягчаются контактными репликами коммуникативной близости говорящих или опорой на чужой авторитет, т. е. расхождение позиций с откровенником конфиденнт постоянно нивелирует.

Развитие диалога демонстрирует, как постепенно убывает накал чувств откровенницы, которая вначале ведет разговор на высоких тонах и с использованием экспрессивных средств (*Какого репетитора?; Пусть сидит и уроки с ним делает!; Уже Данька знает / что такое угол / и жопа знает где место; я увидела как он в тетрадях пишет // Это пупец какой-то!; Его надо драть!!!; меня так это взбесило* и др.), а позднее становится гораздо спокойнее. Когда же конфиденнт осуществляет последний речевой ход, закрывающий тему запущенного ребенка, то диалог и вовсе приобретает черты не равнодушного, но и не экстремального обсуждения семейных дел. Налицо свойственное дружескому общению в рамках русской коммуникативной культуры «удовлетворение потребности человека в дополнительной духовной и социальной опоре» [Байкулова 2010: 32]. Здесь эта потребность удовлетворена.

Заключение

Подход к анализу вторичного диалогического жанра с позиций личностной компетенции и описание жанра в терминах речевой деятельности выдвигает на первый план сферу целеполагания. Целесообразность речевого общения в диалогической речи может складываться на основе интенций коммуникантов, реализация которых требует как отдельного рассмотрения, так и анализа частных актов речевого взаимодействия, или

речевых поступков. Рассмотренный нами жанр характеризуется интенцией откровенного эмоционального раскрытия собственных трудностей инициатором определенной темы в сочетании с интенцией понимания и поддерживания (возможно, в сочетании с частичным оппонированием позиции откровенника со стороны конфидента).

В теоретическом плане проведенный анализ показывает статическую и динамическую взаимосвязь первичных жанров в рамках вторичного. Параметрами описания этой взаимосвязи являются набор использованных речевых тактик, их комбинаторика и последовательность предъявления в тематическом фрагменте или целом диалоге определенного жанра. Для коммуникативной роли конфидента значимо создание благоприятной для общения психологической базы разговора на первом его этапе и применение более широкого набора речевых тактик только на этой основе.

В практическом плане исследование вторичных речевых жанров в аспекте жанровой компетенции коммуникантов открывает возможность выявления принципов и правил ведения диалога определенного жанра. Компетентный в прагматическом отношении коммуникант, подобный конфиденту в рассмотренном тексте, по сути, проводит с откровенником речеповеденческий сеанс «разговорной психотерапии», способный снизить болезненное и сильное психологическое напряжение, владеющее речевым партнером. К подобной русской народной психотерапии часто прибегают женщины и нередко – мужчины. Данный речекультурный феномен требует дальнейшего изучения.

Список литературы

- Байкулова А.Н.* Коммуникативная компетентность в ситуациях дружеского общения // Проблемы речевой коммуникации: сб. науч. тр. Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 2010. Вып. 10. С. 30–42.
- Верецагин Е.М., Костомаров В.Г.* Язык и культура. Три лингвострановедческие концепции: лексического фона, рече-поведенческих тактик и сапиентемы. М.: Индрик, 2005. 1037 с.
- Гиндин С.И.* Болевые точки теории речевых жанров // Русский язык сегодня. М.: Флинта: Наука, 2015. Вып. 6: Речевые жанры современного общения: сб. докл. С. 55–62.
- Дементьев В.В.* Жанры в меняющемся мире: креационистские потенции речевых жанров и эпистемологические потенции теории речевых жанров // Жанры речи. 2019. № 1 (21). С. 6–21. DOI: 10.18500/2311-0740-2019-1-21-6-21.
- Дементьев В.В.* Теория речевых жанров. М.: Знак, 2010. 594 с.
- Иссерс О.С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Изд-во ЛКИ, 2008. 284 с.
- Кантурова М.А., Стексова Т.И.* Производность и вариативность речевых жанров. Новосибирск: Новосиб. гос. пед. ин-т, 2019. 128 с.
- Матвеева Т.В.* О ритмическом параметре жанров разговорной речи // Stylistyka. Opole, 2016. Vol. XXV. S. 529–541.

- Месеняшина Л.А.* Жанры речи или жанры коммуникации? // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. №. 24 (239). Филология. Искусствоведение. Вып. 57. С. 37–40.
- Рабенко Т.Г.* Инвариантные и варианты признаки жанров естественной письменной речи (на материале жанров «личный дневник», «личное письмо», «личная записка») // Жанры речи. 2020. № 1 (25). С. 6–14. DOI: 10.18500/2311-0740-2020-1-25-6-14.
- Рогачева Н.Б.* О «вторичности» речежанровой компетенции // Жанры речи: сб. науч. ст. Саратов: Наука, 2011. Вып 7: Жанр и языковая личность. С. 59–67.
- Рытникова Я.Т.* Семейная беседа: обоснование и риторическая интерпретация жанра: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 1996. 20 с.
- Салимовский В.А.* Жанры речи в функционально-стилистическом освещении (русский научный академический текст): автореф. ... д-ра филол. наук. Екатеринбург, 2002. 28 с.
- Седов К.Ф.* Становление дискурсивного мышления языковой личности: психо- и социолингвистический аспекты. Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 1999. 179 с.
- Сквородников А.П.* О понятии «коммуникативная компетенция» // Культура речевого общения в образовательных учреждениях разных уровней: материалы Всерос. науч.-практ. конф. Красноярск: Краснояр. гос. ун-т, 2003. С. 95–105.
- Dobrzyńska T.* Gatunki pierwotne i wtórne (Czytając Bachtina) // Typy tekstów / Zbiór studiów, red. T. Dobrzyńska. Warszawa, 1992. S. 75–80.
- Gajda St.* Gatunki wypowiedzi i genologia // Lingwistyka tekstu w Polsce i w Niemczech / red. Z. Bilut-Homplewich, W. Czachur, M. Smykała. Wrocław, 2009. S. 135–147.
- Goffman E.* Forms of Talk. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1981. 335 p.
- Loewe I.* Tekst okładki w książce dla młodego odbiorcy. Analiza genologiczno-stylistyczna // Stylistyka. Opole, 2016. Vol. XXV. S. 371–388.
- Psathas G.* Conversation Analysis: The Study of Talk-in-Interaction. Thousand Oaks, CA, 1995. 85 p.
- Sacks H.* Lectures on Conversation. Vol. I and II. Oxford: Blackwell, 1992. 1520 p.

References

- Baikulova, A.N. (2010), Kommunikativnaya kompetentnost' v situatsiyakh druzheskogo obshcheniya [Communicative competence in situations of friendly communication]. *Problemy rechevoi kommunikatsii* [Problems of verbal communication], Collection of scientific papers, Vol. 10, Saratov, Saratov University publ., pp. 30-42. (in Russian).
- Dementyev, V.V. (2019), Genres in Changing World: Creationistic Potentials of Speech Genres and Epistemological Potentials of the Theory of Speech Genres. *Speech Genres*, No. 1 (21), pp. 6-21. DOI: 10.18500/2311-0740-2019-1-21-6-21. (in Russian).
- Dement'ev, V.V. (2010), *Teoriya rechevykh zhanrov* [Theory of speech genres], Moscow, Znak publ., 594 p. (in Russian).
- Dobrzyńska, T. (1992), Gatunki pierwotne i wtórne (Czytając Bachtina) [Primary and secondary species (Reading Bachtin)]. Dobrzyńska, T. (Ed.) *Typy tekstów* [Types of texts], Collection of studies, Warsaw, pp. 75-80. (in Polish).

- Gajda, St. (2009), Gatunki wypowiedzi i genologia [Genres of utterance and genology]. Bilut-Homplewich, Z., Czachur, W., Smykała, M. (Eds.) *Lingwistyka tekstu w Polsce i w Niemczech* [Text linguistics in Poland and Germany], Wrocław, pp. 135-147. (in Polish).
- Gindin, S.I. (2015), Bolevye tochki teorii rechevykh zhanrov [Problem issues of the theory of speech genres]. *Russkii yazyk segodnya* [Russian language today], collected papers, Vol. 6: Rechevye zhanry sovremennogo obshcheniya [Speech genres of modern communication], Moscow, Flinta publ., Nauka publ., pp. 55-62. (in Russian).
- Goffman, E. (1981), *Forms of Talk*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 335 p.
- Issers, O.S. (2012), *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoi rechi* [Communicative strategies and tactics of Russian speech], Moscow, LKI publ., 284 p. (in Russian).
- Kanturova, M.A., Steksova, T.I. (2019), *Proizvodnost' i variativnost' rechevykh zhanrov* [Productivity and variability of speech genres], Novosibirsk, Novosibirsk State Pedagogical Institute publ., 128 p. (in Russian).
- Loewe, I. (2016), Tekst okładki w książce dla młodego odbiorcy. Analiza genologiczno-stylistyczna [Cover text in a book for a young recipient. Genological-stylistic analysis]. *Stylistyka*, Vol. 25, Opole, pp. 371-388. (in Polish).
- Matveeva, T.V. (2016), O ritmicheskom parametre zhanrov razgovornoj rechi [On the rhythmic parameter of the genres of colloquial speech]. *Stylistyka*, Vol. 25, Opole, pp. 529-541. (in Russian).
- Mesenyashina, L.A. (2011), Zhanry rechi ili zhanry kommunikatsii? [Speech genres or communication genres?]. *Bulletin of the Chelyabinsk State University. Philology. Art criticism*, Vol. 57, pp. 37-40. (in Russian).
- Psathas, G. (1995), *Conversation Analysis: The Study of Talk-in-Interaction*, Thousand Oaks, CA, 85 p.
- Rabenko, T.G. (2020), The Genres of Natural Writing “Personal Diary”, “Personal Letter”, “Personal Note”: Invariant and Variant. *Speech Genres*, No. 1 (25), pp. 6-14. DOI: 10.18500/2311-0740-2020-1-25-6-14. (in Russian).
- Rogacheva, N.B. (2011), O “vtorichnosti” rechezhanrovoi kompetentsii [On the “secondary” speech-competence]. *Speech Genres*, collection of scientific articles, Iss. 7, Saratov, pp. 59-86. (in Russian).
- Rytnikova, Ya.T. (1996), *Semeinaya beseda: obosnovanie i ritoricheskaya interpretatsiya zhanra* [Family conversation: rationale and rhetorical interpretation of the genre], Author’s abstract, Yekaterinburg, 1996, 20 p. (in Russian).
- Sacks, H. (1992), *Lectures on Conversation*, Vol. I and II, Oxford, Blackwell publ., 1520 p.
- Salimovskii, V.A. (2002), *Zhanry rechi v funktsional'no-stilisticheskom osveshchenii (russkii nauchnyi akademicheskii tekst)* [Genres of speech in functional and stylistic light (Russian scientific academic text)], Author’s abstract, Yekaterinburg, 28 p. (in Russian).
- Sedov, K.F. (1999), *Stanovlenie diskursivnogo myshleniya yazykovoi lichnosti: psikhosotsiolingvisticheskii aspekt* [The formation of discursive thinking of a linguistic personality: psycho- and sociolinguistic aspects], Saratov, Saratov University publ., 180 p. (in Russian).

- Skovorodnikov, A.P. (2003), O ponyatii “kommunikativnaya kompetentsiya” [On the concept of “communicative competence”]. *Kul'tura rechevogo obshcheniya v obrazovatel'nykh uchrezhdeniyakh raznykh urovnei* [Culture of verbal communication in educational institutions of different levels], Proceedings of the conference, Krasnoyarsk, Krasnoyarsk State University publ., pp. 95-105 (in Russian).
- Vereshchagin, E.M., Kostomarov, V.G. (2005), *Yazyk i kul'tura. Tri lingvostranovedcheskie kontseptsii: leksicheskogo fona, reche-povedencheskikh taktik i sapientemy* [Language and culture. Three linguistic and regional concepts: lexical background, speech and behavioral tactics, and sapientems], Moscow, Indrik publ., 1037 p. (in Russian).

FRANK CONVERSATION IN ASPECT OF INTERLOCUTORS' GENRE COMPETENCE

T.V. Matveeva

Perm State National Research University (Perm, Russia)

Abstract: The work relates to the problem area of the linguistic description of the secondary genre based on primary speech genres. The author sets the goal of identifying genre specifics on the basis of intentionally determined speech acts of the personality in relation to the typical intention of the genre. The list of used speech tactics is revealed and the importance of the consistent application of their groups is emphasized. The material of the article is Russian colloquial speech in the genre of intentional (arising from an internal need, not forced) frank conversation and contains a complete analysis of a coherent colloquial text, the content of which is the family problems of one of the communicants (speaking frankly). The main attention is focused on the speech actions of the confidant: the dynamics of tactical speech actions and the nature of the confidant's influence on the speech leaders of the conversation, openly and dramatically speaking about their difficulties, are monitored. The methods used are based on the activity concept of the language and its concretization in terms of speech strategies and the communicant's tactics. The moment of speech interaction and pragmatic meaning of the speaker's speech act as part of the interaction are emphasized. The tactical and strategic analysis of colloquial material in terms of the genre competence of the interlocutors leads to the conclusion about the speech tactics that form it and the pragmatically determined dynamics of communicative interaction.

Key words: intention, speech genre, genre competence of a personality, speech act, strategy of speech interaction, tactic of speech interaction.

For citation:

Matveeva, T.V. (2020), Frank conversation in aspect of interlocutors' genre competence. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 3, pp. 615-626. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(3).615-626. (in Russian).

About the author:

Matveeva, Tamara Vyacheslavovna, Prof., Professor of the Department of Russian Language Stylistics

Corresponding author:

Postal address: 15, Bukireva ul., Perm, 614990, Russia

E-mail: tomat-44@mail.ru

Acknowledgements:

Prepared with the support of the RFBR grant in the framework of the scientific project 18-012-00382 “Family Speech life: axiological reality and research methods (based on the material of the living speech of the Ural city)”

Received: June 6, 2020

Revised: June 8, 2020

Accepted: August 13, 2020

АНТРОПОМОРФНОСТЬ ОБРАЗА АВТОМОБИЛЯ В РУССКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА: АНАЛИЗ СЕМАНТИКО-СТРУКТУРНЫХ МОДЕЛЕЙ

Н.А. Румеус¹, Н.Д. Федяева²

¹ Независимый исследователь (Омск, Россия)

² Омский государственный педагогический университет (Омск, Россия)

Аннотация: Авторами выдвинута гипотеза, что антропоцентричность языковой картины мира позволяет ученому использовать методику моделирования образа человека в языке для моделирования других образов, активно подвергающихся антропоморфизации. Теоретической базой исследования послужили лингвоантропологические исследования омских ученых. Значимая для образа человека семантическая оппозиция «часть – целое» в статье используется для моделирования образа автомобиля. Эмпирическим материалом послужили результаты опроса 100 респондентов, которым было предложено закончить высказывания, построенные по трем структурно-семантическим моделям. Проанализированные модели в разной степени соответствуют утверждению о том, что значимые для человека неживые объекты действительности осмысляются как антропоморфные. Так, строя высказывание по модели «X какой/каков», респонденты называли исключительно предметные характеристики: цвет, скорость, марку и т. п. Реализуя модели «X что делает», «у (в) X есть нечто», участники опроса, напротив, нередко использовали реакции, устанавливающие сходство между человеком и автомобилем: отмечались самостоятельность автомобиля, наличие у него ума, эмоций, настроения, ему приписывались действия, характерные для живых существ. Сходство с человеком также проявилось в со- и противопоставлении физического и нефизического начал. Модель «у (в) X есть нечто» позволила представить «микромир» автомобиля и убедиться в разнообразии входящих в него объектов. Таким образом, результаты опроса позволили, во-первых, представить образ автомобиля через оппозицию «часть – целое»: целое – автомобиль как единая система, часть – множество элементов, входящих в эту систему. Во-вторых, была установлена степень антропоморфизации образа автомобиля: низкая при атрибутивных характеристиках, высокая – при предикативных и пространственных.

Ключевые слова: языковая картина мира, образ автомобиля, антропоморфизация, паритив, структурно-семантическая модель, бытийное предложение.

Для цитирования:

Румеус Н.А., Федяева Н.Д. Антропоморфность образа автомобиля в русской языковой картине мира: анализ семантико-структурных моделей // Комму-

никативные исследования. 2020. Т. 7. № 3. С. 627–638. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(3).627-638.

Сведения об авторах:

¹ Румеус Ника Александровна, независимый исследователь, соискатель

² Федяева Наталья Дмитриевна, доктор филологических наук, доцент, зав. кафедрой русского языка и лингводидактики

Контактная информация:

^{1,2} Почтовый адрес: 644099, Россия, Омск, наб. Тухачевского, 14

¹ E-mail: Rumeus.Nika@mail.ru

² E-mail: ndfed@yandex.ru

Дата поступления статьи: 23.02.2020

Дата рецензирования: 17.03.2020

Дата принятия в печать: 13.08.2020

1. Введение

Значимыми для формулировки гипотезы исследования, фрагмент которого представлен в статье, являются тезисы об антропоцентричности языковой картины мира (далее – ЯКМ) и оппозиции «часть – целое», важной для моделирования языкового образа человека. При этом в фокусе нашего внимания находится не образ человека, а образ автомобиля, однако мы полагаем, что есть основания обнаружить в структуре этих образов сходные и пересекающиеся смыслы.

Антропоцентричность ЯКМ объясняется, в частности, тем, что «в языке проявляется субъективность сознания его носителя, “проецирующего” на язык особенности своего организма, специфику ассоциативного механизма, выбор ракурса рассмотрения осмысливаемого отрезка реальной действительности, культурную принадлежность и т. д.» [Магировская 2006: 54]. Как следствие, языковая категоризация действительности имеет явную склонность к антропоморфизму: объекты, окружающие человека, при их номинации и характеристике в языке приобретают сходство с носителем языка.

Из этого тезиса можно вывести предположение о том, что те фрагменты ЯКМ, которые наиболее важны для человека, близки ему, значимы для него, проникнуты антропоцентризмом. XX век стал веком автомобилизации – мы полагаем, что образ автомобиля, без которого нельзя представить окружающую действительность и распространенность и значимость которого в жизни отдельного человека растет, не может не иметь следов антропоморфизма.

Анализ лингвистических публикаций последних десятилетий демонстрирует большой интерес к языковой репрезентации понятийной сферы «автомобиль». Несмотря на существование традиционных лекси-

кологических исследований, например [Шаламова 2016], преобладают работы лингвокультурологического и жанрово-дискурсивного направлений [Piller 1996, 1999; Назайкин 2007; Бытотова 2012; Буряковская 2013; Зозикова 2014; Ивинских, Плетнева 2014; Кадырова 2014; Гимаев 2015; Гурский 2015; Дидиликэ, Вихляев, Чарыев 2016; Кузнецова 2016; Барбун 2016; Фрунзе, Хыдыркулыев, Юровский 2016; Рогалева 2017], при этом границы между ними весьма диффузны. Распространенными идеями, связанными с исследуемым фрагментом ЯКМ, являются:

– мысль о типичных метафорических моделях, определяющих наше восприятие автомобиля, его оценки и характеристики: в наибольшей степени обращают на себя внимание зоо- и антропоморфные, в том числе гендерные, метафоры, свидетельствующие о ставшем традиционным одушевлении автомобиля;

– мысль о типичных для реализации концепта дискурсах: так, большая часть работ базируется на анализе рекламного дискурса, кроме того, ученые ведут речь о существовании специализированного автомобильного дискурса, в который вовлечены автовладельцы, сотрудники станций технического обслуживания и др. (отметим, что эти дискурсы становятся базой развертывания метафорических моделей, о которых говорилось выше).

Полагая, что существует сходство между образами человека и автомобиля, мы допускаем возможность использовать методiku моделирования первого для конструирования второго. В этой связи ценным представляется опыт лингвоантропологических исследований омских ученых, которые моделируют образ человека в ЯКМ, в частности, на основе оппозиции «часть – целое». Сошлемся в этой связи на диссертационную работу Н.А. Седовой [Седова 2000]: автор определяет «образ частичного / частей человека как образы тех предметов, живых существ, нефизических сущностей, параметров внешнего и внутреннего мира человека, его ипостасей и состояний, которые реалистично или образно-ассоциативно в сознании наивного носителя языка составляют и членят целостный образ человека. Образ целостного человека составляет представление о человеке как обладателе всех своих частей» [Седова 2000: 15].

Реконструируя образ концепта *homo sapiens* в русской ЯКМ и выделяя в качестве одной из его основных категориальных семантических черт партитивность, Л.Б. Никитина аргументировала перспективность использования в качестве инструмента описания семантико-синтаксических моделей (далее – ССМ). Так, на основе анализа ССМ «X какой/каков», «X есть кто/что», «X что делает», «X что делает как», «у (в) X есть нечто» было установлено, что целостный и частичный *homo sapiens* в русской ЯКМ имеет схожие по форме и содержанию характеристики: он характеризуется через определение признака (качества), присвоение характеризующего имени, описание действий, поступков, состояний, указание на обладание качествами, атрибутами, признаками [Никитина 2012: 25–27].

Важным для нашего исследования стало предположение, что на основе противопоставления целого и части посредством анализа ССМ можно описать не только образ человека в ЯКМ, но и образы, которые регулярно подвергаются антропоморфизации. Наше внимание в дальнейшем будет сфокусировано на представлениях носителей русского языка об автомобиле. В совокупности эти представления создают образ автомобиля и как единого организма, и как сложной системы элементов.

Планируя опрос, результаты которого обсуждаются в статье, мы надеялись проверить правомерность следующих утверждений:

- для моделирования образа автомобиля в русской ЯКМ значима оппозиция «часть – целое»;
- образ автомобиля имеет антропоморфные черты.

2. Описание материала и методов исследования

Эмпирическим материалом для исследования послужили результаты опроса 100 респондентов, которым было предложено закончить высказывания, соответствующие трем ССМ: «X какой/каков», «X что делает», «у (в) X есть нечто».

1. (Мой) автомобиль/машина... (такой-то).
2. У (моего) автомобиля/машины есть... (что-то).
3. (Мой) автомобиль/машина... (действие).

В высказываниях, построенных по данным ССМ, автомобиль предстает как носитель постоянных, не зависящих от времени характеристик по различным параметрам (ССМ «X такой-то»), как производитель действий (ССМ «X что делает»), как обладатель частей (ССМ «У X есть что-то»), как вместилище, в пространство которого вовлечены различные осмысляемые части.

Предполагая возможность различной детализации образа автомобиля в зависимости от наличия / отсутствия такового и подобных обстоятельств, мы запросили у респондентов информацию об опыте вождения, наличии автомобиля и водительских прав, профессии респондента.

Ниже приведем ответы некоторых респондентов:

• **Респондент 1:** есть права, есть авто, муж., 41 год, опыт вождения с 1997.

1. *Мой автомобиль **черный**.*
2. *У моего автомобиля есть **колеса**.*
3. *Мой автомобиль **ездит**.*

• **Респондент 2:** есть права, есть авто, жен., 28 лет, опыт вождения 10 лет, профессия: дизайнер.

1. *Мой автомобиль **великолепен**.*
2. *У моей машины есть **характер**.*
3. *Мой автомобиль **разгоняется от 0 до 100 за 8 секунд**.*

• **Респондент 3:** нет прав, нет авто, жен., 18 лет, нет опыта вождения, студент.

1. *Мой автомобиль чёрный, небольшой, быстрый.*

2. *У моей машины есть всё.*

3. *Моя машина везёт меня.*

• **Респондент 4:** есть права, нет авто, жен., 25 лет, опыт вождения 5 лет, профессия: консультант в салоне Лексус.

1. *Мой автомобиль Лексус.*

2. *У моей машины есть подогрев сидений, хорошие колонки.*

3. *Моя машина предварительно предупреждает меня об опасности.*

• **Респондент 5:** есть права, есть авто, муж., 26 лет, опыт вождения 2 года, профессия: программист.

1. *Мой автомобиль турик.*

2. *У моего автомобиля есть всё.*

3. *Мой автомобиль летает.*

• **Респондент 6:** есть права, есть авто, жен., 25 лет, опыт вождения 4 года, профессия: фармацевт.

1. *Мой автомобиль маленький и смешной.*

2. *У моего автомобиля есть в багажнике лопата.*

3. *Мой автомобиль возит мёд.*

• **Респондент 7:** есть права, есть авто, муж., 20 лет, опыт вождения 2 года, профессия: юрист.

1. *Мой автомобиль Toyota RAV4.*

2. *У моего автомобиля есть полный привод.*

3. *Мой автомобиль ест много бензина.*

• **Респондент 8:** нет прав, нет авто, жен., возраст: 18, опыта вождения нет, студент.

1. *Автомобиль удобный, комфортный.*

2. *У автомобиля есть стильный кожаный салон, руль.*

3. *Автомобиль экономит моё время и обеспечивает мне удобство в повседневной жизни.*

• **Респондент 9:** есть права, есть авто, муж., 35 лет, опыт вождения 15 лет, профессия: инженер.

1. *Мой автомобиль немецкого бренда.*

2. *У моего автомобиля датчик дождя, бардачок, фары, ремни безопасности, мощный двигатель, зеркала заднего вида.*

3. *Мой автомобиль быстро едет.*

3. Представление результатов исследования

ССМ «X такой-то» представляет набор значимых для говорящих признаков автомобиля. Среди распространенных способов идентификации назовем, во-первых, ряд объективных характеристик:

1) по цвету: *чёрный* (8)¹, *белый* (3), *ярко-вишневого цвета*, *красная* (4), *серебристая*, *крашеная*, *серая*, *матовая*, *изумрудный*;

¹ Здесь и далее цифра в скобках означает количество одинаковых ответов.

2) по марке: *mercedes G, тойота камри, Mitsubishi lancer 2008, хендай акцент, жигули, mini cooper countryman, тойота приус 30 2012, тойота 1, ауди А4, лексус, шевроле, kia sportage, тойота камри, опель астра 2010, лада веста седан, шевроле круз 1,8, Toyota rav 4, ваз приора, соболю;*

3) по стране-производителю: *японского производства, немецкая, немецкого бренда;*

4) по новизне: *новый (3), устаревший, современная (2), старая;*

5) по размеру: *просторный, небольшой, большая (3), вместительная.*

К этой группе можно также отнести следующие характеристики: *экологичный, мощный, спортивный, быстрый, леворульная, легковой универсал, на 154 мешалке, внедорожник, с откидным верхом* и некоторые другие.

Отметим, во-вторых, наличие обще- и частнооценочных реакций: *красивый (5), хороший, лучший (3), великолепен, безупречная (2), в отличном состоянии, в хорошем состоянии (2), надежная (4), надежная, но не Лада Гранта, качественный (3), безопасный, удобная, скоростная (2), комфортабельная, комфортная (2), удобный* и др. Из примеров видно, что эти оценки положительные, а также то, что частнооценочные прилагательные характеризуют преимущественно внешний вид и удобство автомобиля.

В целом ССМ «Х такой-то» практически не отражает тенденцию к антропоморфизации автомобиля: респонденты называют вполне тривиальные его свойства.

Перейдем к модели ССМ «**Х что делает**».

Реакции участников опроса в этом случае целесообразно разделить на две группы.

Первая группа представлена типичными – «собственно автомобильными» – реакциями. Автомобиль здесь выступает как обычный механизм, выполняющий свойственные ему функции:

1) движение: *ездит (10), ездит резво (2), быстро ездит (11), едет по дороге, может ездить, может быстро ездить, ездит без бензина, ездит по горам, ездит тихо, летает (2), двигается, стоит в гараже (3), не заводится (4), стоит (5), стоит на парковке, не ездит;*

2) исправность: *не попадала в аварии, ремонтируется, работает исправно, не ломается, редко нуждается в ремонте, ломается (5), никогда не ломается, не попадала в аварии, часто бывает в ремонте;*

3) наличие дополнительных функций: *имеет систему распознавания дорожных знаков, может перевозить до 5 человек, перевозить до 10 человек, покупается, выпущена в оборот в прошлом году;*

4) скорость разгона: *разгоняется, разгоняется от 0 до 100 за 8 секунд, разогнаться до 165 км/ч, может разгоняться до 230 км/ч, быстро разгоняется, разгоняется, может разгоняться до 180–200 км/ч, совершает маневры на дороге.*

Во второй группе автомобиль наделяется характером: он предстает деятелем, который сам может принимать решения. Приведем ответы респондентов из этой группы:

– *возит мёд, везет меня, перевозит тушку мою, перевозит пассажиров, возит меня на учебу, возит меня* (2). В описываемой ситуации реальным деятелем является человек-водитель, управляющий транспортным средством. Однако, употребляя глаголы *везти / возить* ‘передвигать, перемещать, заставлять перемещаться какие-л. средства передвижения, а также перемещать что-либо при помощи средств передвижения’, респонденты переносят функции деятеля на автомобиль, себе же отводят роль перемещаемого объекта.

– *даст фору любому болиду, шикарно выглядит, обгоняет все машины, привлекает внимание, подает сигналы при парковке, гоняет, загрязняет природу*. В этой ситуации автомобиль также выступает активным деятелем, создается впечатление, что он существует отдельно от водителя и не нуждается в дополнительном управлении.

– *ест много бензина* (2), *кушает бенз*. В подобных случаях происходит метафорическое уподобление бензина пищи, а автомобиль наделяется свойством живого организма принимать пищу.

– *приносит пользу, предупреждает меня об опасности, держит меня в безопасности, облегчает мое существование, облегчает мне жизнь, экономит моё время* (1), *обеспечивает мне удобство в повседневной жизни*. В данном случае автомобиль также наделен свойствами живого организма, причем он не просто живой, но также способен проявлять заботу о своем хозяине, возлагать на себя ответственность за кого-то.

– *верна мне, иногда не слушается, терпит меня, капризничает*. Подобная ситуация показывает, что автомобиль наделен чувствами и эмоциями, что свойственно не всем живым существам.

В целом из ответов следует, что автомобиль не только сам выполняет действия (*везет, обгоняет, подает сигналы*), но и активно помогает своему хозяину (*облегчает жизнь, обеспечивает удобство*), а также имеет эмоции и характер (*капризничает, верна хозяину, терпит хозяина*).

Третья ССМ «**у X есть что-то**» особенно интересна в аспекте описания партитивных номинаций с интегральным признаком «часть автомобиля». Заметим, что рассматриваемая модель соотносится с бытийными предложениями, сутью которых, по словам Н.Д. Арутюновой, является утверждение о существовании в мире объектов, обладающих определенными свойствами. На примерах бытийных предложений о человеке Н.Д. Арутюнова блестяще показала многомерность и неоднородность области бытия, то вмещающей в себя весь мир, то сжимающейся до микровеличин. Микромир человека, по мысли автора, допускает двоякое истолкование: он может быть понят как непосредственное внешнее окружение человека, создаваемое всем тем, что находится к нему в том или другом отношении, либо может быть «очеловечен», т. е. понят как конституирующий человеческую личность физический и духовный комплекс, как совокупность, составленная из набора физических и психических компонентов [Арутюнова 1999: 741].

В рамках нашего предположения о регулярной антропоморфизации автомобиля мы сочли возможным рассмотреть СММ «У автомобиля есть что-то» с учетом этих наблюдений.

Реакции, полученные в этой части опроса, на основании их семантики могут быть условно разделены на несколько групп.

К первой, наиболее очевидной и ожидаемой, относятся существительные, которые называют детали автомобиля, его свойства и опции: *колеса, багажник, руль, амортизация, регулирование высоты сидений* и т. п. Автомобиль в этом случае предстает как объект, состоящий из неких частей / компонентов. Кроме того, у автомобиля обнаруживаются нефизические признаки: *характер, душа, мозги*. В этой группе модель оформляет утверждение о наличии нематериального микромира автомобиля. Интерес также представляет третья группа реакций: *водитель; классный хозяин, который следит за ней*. Здесь заметна своеобразная смена ролей: утверждается наличие не автомобиля у человека, а человека у автомобиля.

4. Заключение

Тезис об антропоцентричности ЯКМ позволяет предположить, что значимые для человека неживые объекты действительности осмысляются им как одушевленные, персонифицируются, и это допущение предоставляет лингвисту возможность использовать методы исследования образа человека для анализа антропоморфных образов.

Опрос, базирующийся на гипотезе об антропоморфности образа автомобиля и значимости для него семантической оппозиции «часть – целое», продемонстрировал взаимодействие в структуре образа предметных и человеческих характеристик. Так, ССМ «Х какой/каков», практически не выявившая тенденцию к одушевлению, оказалась сосредоточенной на «собственно автомобильных» свойствах. В то же время модели «Х что делает», «у (в) Х есть нечто», напротив, обнаружили сосуществование в образе автомобиля черт неживого (технического устройства, обладающего набором специфических признаков) и живого (существа, имеющего, как и человек, характер, чувства, волю, интеллект).

Список литературы

- Арутюнова Н.Д.* Язык и мир человека. 2-е изд., испр. М.: Языки русской культуры, 1999. 896 с.
- Барбун В.В.* Аксиологические признаки концепта "автомобиль" в американской и русской лингвокультурах // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. 2016. № 5. С. 118–128.
- Буряковская В.А.* Языковая репрезентация автомобиля в современной массовой культуре (на материале русского и англоязычного рекламного дискурса) // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: лингвистика и межкультурная коммуникация. 2013. № 1. С. 174–177.

- Бытотова Л.И.* Концепт-предшественник и концепт-преемник: «лошадь» и «автомобиль» (на материале русского и хакасского языков) // *Филологические науки в России и за рубежом: материалы Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, февр. 2012 г.)*. СПб.: Реноме, 2012. С. 110–112.
- Гимаев Я.А.* Особенности актуализации концепта *машина* в современном русском языковом сознании // *Русский язык в славянской межкультурной коммуникации: история и современность: сб. науч. тр. М.: Моск. гос. обл. ун-т, 2015. Вып. III. С. 48–52.*
- Гурский В.А.* Номинация автомобилей их владельцами // *Международный студенческий научный вестник*. 2015. № 4, ч. 4. URL: <http://eduherald.ru/ru/article/view?id=13618>.
- Дидиликэ Я.А., Вихляев В., Чарьев С.* Языковая репрезентация концепта «автомобиль» в информационных и рекламных жанрах массмедиа (на материале английского языка) // *Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации*. Пенза: Наука и Просвещение, 2016. С. 211–213.
- Зозикова М.Е.* Автомобиль не роскошь... (наблюдения над русской и болгарской автомобильной лексикой) // *Язык. Текст. Дискурс: науч. альм. Ставрополь: Пятигор. гос. лингвист. ун-т, 2014. Вып. 12, ч. 2. С. 202–212.*
- Ивинских Н.П., Плетнева Ю.В.* Когнитивная метафора в рекламе автомобилей // *Проблемы романо-германской филологии, педагогики и методики преподавания иностранных языков: сб. науч. тр. Пермь, 2014. Вып. 10. С. 39–42.*
- Кадырова Н.О.* Сравнение как средство воздействия в рекламе автомобилей // *Массовая коммуникация в современном мире: вызовы и перспективы*. Ярославль: Университетская книга, 2014. С. 223–226.
- Кузнецова М.А.* Метафора и метонимия в рекламных слоганах как способ концептуализации образа автомобиля // *Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире*. 2016. № 14-3. С. 119–122.
- Магировская О.А.* Антропоцентричность концептуальной организации языка // *Вестник КГПУ им. В.П. Астафьева*. 2006. № 3. С. 53–56.
- Назайкин А.Н.* Рекламный текст в современных СМИ: практ. пособие. М.: Эксмо, 2007. 343 с.
- Никитина Л.Б.* Образ-концепт "homo sapiens" в русской языковой картине мира как объект антропоцентристской семантики // *Лингвистика человека: антология / под ред. Л.Б. Никитиной, Н.Д. Федяевой*. Омск: Вариант-Омск, 2012. С. 25–46.
- Рогалева О.С.* Лингвостилистические особенности женской речи в автомобильном дискурсе // *Медиаскоп*. 2017. Вып. 2. URL: <http://www.mediascope.ru/2325>.
- Седова Н.А.* Соотношение образов частичного (частей) и целостного человека в языковой картине мира: На материале семантико-функционального макрополя «часть человека» в современном русском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Барнаул, 2000. 21 с.
- Фрунзе М.О., Хыдыркулыев Х.К., Юровский А.В.* Лексико-тематические группы сленговых номинаций автомобилей в английском языке // *Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации*. Пенза: Наука и Просвещение, 2016. С. 208–210.

Шаламова Э.В. Сопоставительный анализ лексической и фразеологической номинации в современной русской автомобильной лексике // Сопоставительные исследования 2016. М.: Истоки, 2016. С. 169–174.

Piller I. Extended Metaphor in Automobile Fan Discourse // *Poetics Today*. 1999. Vol. 20, No. 3: Metaphor and Beyond: New Cognitive Developments. P. 483–498.

Piller I. *American Automobile Names*. Essen: Die Blaue Eule, 1996. 339 p.

References

Arutyunova, N.D. (1999), *Yazyk i mir cheloveka* [Language and the world of a human], 2nd ed., Moscow, Yazyki russkoi kul'tury publ., 896 p. (in Russian).

Barbun, V.V. (2016), Axiological attributes of the concept "car" in American and Russian linguo-culture. *Moscow State University Bulletin. Series 9. Philology*, No. 5, pp. 118-128. (in Russian).

Buryakovskaya, V.A. (2013), Linguistic representation of the concept of 'automobile' in Russian and British advertizing. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, No. 1, pp. 174-177. (in Russian).

Bytotova, L.I. (2012), Kontsept-predshestvennik i kontsept-preemnik: "loshad" i "avtomobil" (na materiale russkogo i khakasskogo yazykov) [The concept-predecessor and the concept-successor: "horse" and "car" (based on Russian and Khakass languages)]. *Philology in Russia and abroad* [Filologicheskie nauki v Rossii i za rubezhom], Materials of International scientific conference (St. Petersburg, February, 2012), St. Petersburg, Renome publ., pp. 110-112. (in Russian).

Didilike, Ya.A., Vikhlyaev, V., Charyev, S. (2016), Yazykovaya reprezentatsiya kontsepta "avtomobil" v informatsionnykh i reklamnykh zhanrakh massmedia (na materiale angliiskogo yazyka) [Linguistic representation of a "car" concept in the information and advertising genres of mass media (based on English)]. *Fundamental'nye i prikladnye nauchnye issledovaniya: aktual'nye voprosy, dostizheniya i innovatsii* [Basic and applied research: current issues, achievements and innovations], Penza, Nauka i Prosveshchenie publ., pp. 211-213. (in Russian).

Frunze, M.O., Khydyrkulyev, Kh.K., Yurovskii, A.V. (2016), Leksiko-tematicheskie gruppy slengovykh nominatsii avtomobilei v angliiskom yazyke [Lexical-thematic groups of slang nominations of cars in English]. *Fundamental'nye i prikladnye nauchnye issledovaniya: aktual'nye voprosy, dostizheniya i innovatsii* [Basic and applied research: current issues, achievements and innovations], Penza, Nauka i Prosveshchenie publ., pp. 208-210. (in Russian).

Gimaev, Ya.A. (2015), Osobennosti aktualizatsii kontsepta *mashina* v sovremennom russkom yazykovom soznanii [Features of updating the concept of a car in modern Russian linguistic consciousness]. *Russkii yazyk v slavyanskoi mezhkul'turnoi kommunikatsii: istoriya i sovremennost'* [Russian language in Slavic intercultural communication: history and modernity], collection of scientific articles, Iss. 3, Moscow, Moscow State Regional University publ., pp. 48-52. (in Russian).

Gurskii, V.A. (2015), Nominatsiya avtomobilei ikh vladel'tsami [Nomination of cars by their owners]. *International Student Scientific magazine*, No. 4, pt. 4, pp. 581-582, available at: <http://eduherald.ru/ru/article/view?id=13618>. (in Russian).

Ivinskikh, N., Pletneva, Ju. (2014), Cognitive metaphor in the advertisements of cars. *Problemy romano-germanskoi filologii, pedagogiki i metodiki prepodavaniya*

- inostrannykh yazykov* [Problems of Romano-Germanic Philology, Pedagogy and Methods of Teaching Foreign Languages], collection of scientific articles, Iss. 10, Perm, pp. 39-42. (in Russian).
- Kadyrova, N.O. (2014), *Sravnenie kak sredstvo vozdeistviya v reklame avtomobilei* [Comparison as a means of influence in car advertising]. *Massovaya kommunikatsiya v sovremennom mire: vyzovy i perspektivy* [Mass communication in the modern world: challenges and prospects], Yaroslavl, Universitetskaya kniga publ., pp. 223-226. (in Russian).
- Kuznetsova, M.A. (2016), Metaphor and metonymy in advertising slogans as a way of conceptualizing image of a car. *Fundamental and applied research in the modern world*, No. 14-3, pp. 119-122. (in Russian).
- Magirovskaya, O.A. (2006), Antropotsentrichnost' kontseptual'noi organizatsii yazyka [Anthropocentricity of the conceptual organization of language]. *Bulletin of Krasnoyarsk State Pedagogical University named after V.P. Astafiev*, No. 3, pp. 53-56. (in Russian).
- Nazaikin, A.N. (2007), *Reklamnyi tekst v sovremennykh SMI* [Advertising text in modern media], Moscow, Eksmo publ., 343 p. (in Russian).
- Nikitina, L.B., (2012), *Obraz-kontsept "homo sapiens" v russkoi yazykovoi kartine mira* [The image-concept of "homo sapiens" in the Russian language picture of the world as an object of anthropocentric semantics]. Nikitina, L.B., Fedyayeva, N.D. (Eds.) *Lingvistika cheloveka* [A Human Linguistics], Anthology, Omsk, Variant-Omsk publ., pp. 25-46. (in Russian).
- Piller, I. (1999), Extended Metaphor in Automobile Fan Discourse. *Poetics Today*, 1999, Vol. 20, No. 3: Metaphor and Beyond: New Cognitive Developments, pp. 483-498.
- Piller, I. (1996), *American Automobile Names*, Essesn, Die Blaue Eule publ., 339 p.
- Rogaleva, O.S. (2017), Stylistic Features of Women's Speech in Automobile Discourse. *Mediascope*, Iss. 2, available at: <http://www.mediascope.ru/2325>. (in Russian).
- Sedova, N.A. (2000), *Sootnoshenie obrazov chastichnogo (chastei) i tselostnogo cheloveka v yazykovoi kartine mira: Na materiale semantiko-funktSIONal'nogo makropolya "Chast' cheloveka" v sovremennom russkom yazyke* [Correlation of images of a partial (parts) and holistic person in the linguistic picture of the world: On the material of the semantic-functional macro-field "Body Parts" in modern Russian], Author's abstract, Barnaul, 21 p. (in Russian).
- Shalamova, E.V. (2016), *Sopostavitel'nyi analiz leksicheskoi i frazeologicheskoi nominatsii v sovremennoi russkoi avtomobil'noi leksike* [Comparative analysis of lexical and phraseological nominations in modern Russian automotive vocabulary]. *Sopostavitel'nye issledovaniya 2016* [Comparative studies 2016], Moscow, Istoki publ., pp. 169-174. (in Russian).
- Zozikova, M.E. (2014), 'Automobile is not a luxury...' (observations on Russian and Bulgarian automobile lexicon). *Yazyk. Tekst. Diskurs* [Language. Text. Discourse], scientific almanac, Iss. 12, pt. 2, Stavropol, Pyatigorsk State Linguistic University publ., pp. 202-212. (in Russian).
-

**ANTHROPOMORPHISM OF A CAR IMAGE
IN THE RUSSIAN LANGUAGE PICTURE OF THE WORLD:
ANALYSIS OF SEMANTIC AND STRUCTURAL MODELS**

N.A. Rumeus¹, N.D. Fedyayeva²

¹ *Independent Researcher (Omsk, Russia)*

² *Omsk State Pedagogical University (Omsk, Russia)*

Abstract: The authors hypothesized that the anthropocentricity of the linguistic picture of the world allows scientists to attribute a human traits, emotions, or intentions to non-human entities, which are actively subjected to anthropomorphization. The theoretical bases of article are the linguoanthropological studies of Omsk scientists. The semantic opposition “part-whole” is used in the article to model the image of a car. The empirical material is the results of a survey of 100 respondents who were asked to complete statements based on three structural semantic models. The analyzed models confirm that non-human entities are significant for a human interpreted as anthropomorphic. Constructing statements according to the “X is ...” model, respondents called only substantial characteristics such as color, speed, brand, etc. Constructing statements according to the “X does ...” and “X possesses ...” models the respondents often used reactions that established similarities between a human and a car, so a car has independence, mind, emotions, mood, actions attributed to a human. The similarity with man also appears in the matching/contrasting of physical and non-physical principles. The model “X possesses ...” allows to introduce a car’s “microworld” and make sure of the variety of objects included in it. So, the results of the survey allowed, firstly, to present a car image through the opposition “part-whole”: a car as a single system and a car as a lot of elements that make up this system. Secondly, was established the degree of anthropomorphization of a car image: low for attributive characteristics and high for predicative and spatial.

Key words: language picture of the world, a car image, anthropomorphism, partitive, semantic and structural model, existential sentence.

For citation:

Rumeus, N.A., Fedyayeva, N.D. (2020), Anthropomorphism of a car image in the Russian language picture of the world: analysis of semantic and structural models. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 3, pp. 627-638. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(3).627-638. (in Russian)

About the authors:

¹ **Rumeus, Nika Alexandrovna**, Independent Researcher, Applicant

² **Fedyayeva Natalia Dmitrievna**, Prof., Head of Russian Language and Linguo-didactics Department

Corresponding authors:

^{1,2} Postal address: 14, Tukhachevskogo nab., Omsk, 644099, Russia

¹ E-mail: Rumeus.Nika@mail.ru

² E-mail: ndfed@yandex.ru

Received: February 23, 2020

Revised: March 17, 2020

Accepted: August 13, 2020

Раздел III

**КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ
В ИССЛЕДОВАНИЯХ
ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА**





Part III

**COMMUNICATIVE ASPECTS
IN STUDIES OF LITERARY TEXTS**

АКТУАЛИЗАЦИЯ ГЕНДЕРНОГО АСПЕКТА В ЖЕНСКОМ НАРРАТИВЕ

Я.В. Зубенко

*Костанайский государственный педагогический университет
им. У. Султангазина (Костанай, Казахстан)*

Аннотация: Изучение нарратива в гуманитарных науках получило интенсивное развитие в последние годы. Женский нарратив является одной из весьма актуальных тем, обсуждаемых в современном обществе и научных трудах российских и зарубежных исследователей. Особый интерес вызывает фокус изучения речевого поведения представительниц женского пола и их оценка другими людьми. Отражение гендера в языке происходит путем определения категории рода, изучения лексических средств, синтаксических конструкций и прочих объектов. На понимании нарративности как изложения истории, обладающей временной структурой, построены многие авторитетные исследования. В качестве нарратива повествование существует благодаря связи с историей, которая в нем излагается. Эмпирическим материалом для данной работы послужил роман Кристи Вольф «Медея. Голоса» (1996), в котором затрагивается тема личного нарратива трех женских образов, анализируются типы повествования, рассматривается проблема гендерных маркеров на примере образов Медеи, Агамеды и Глауки, сопоставляется нарратив в языке оригинала (немецкого) и переводов (английского и русского). Выявлены различия между нарративом в оригинале и переводе, описаны пути решения переводчиком проблемы передачи нарратива. Установлено, что глубокое проникновение в замысел автора позволяет переводчику воспроизвести текст, созданный в рамках другой культуры, и сохранить сложное авторское изложение фактов и событий.

Ключевые слова: нарративный текст, женский нарратив, гендерный маркер, перевод нарратива.

Для цитирования:

Зубенко Я.В. Актуализация гендерного аспекта в женском нарративе // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 3. С. 641–658. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(3).641-658.

Сведения об авторе:

Зубенко Яна Валериевна, магистр лингвистики, старший преподаватель департамента филологии

Контактная информация:

Почтовый адрес: 110000, Казахстан, Костанай, ул. Тауельсиздик, 118

E-mail: janaz75@rambler.ru

Дата поступления статьи: 15.02.2020

Дата рецензирования: 28.02.2020

Дата принятия в печать: 13.08.2020

Введение

Нарратив представляет собой своего рода повествование или рассказ и часто используется в лингвистике, философии, психологии, социологии и в целом в гуманитарных науках. Согласно утверждению Г.Г. Кириленко и Е.В. Шевцова, в нарративе зафиксировано «отношение человека к социально-культурной, социально-исторической, “душевной” реальности, понимаемое как постоянная интерпретация меняющегося текста» [Кириленко, Шевцов 2010]. Речевые акты нарративов включают в себя три компонента анализа повествовательного текста: собственно повествовательная речь, ее содержание и сам акт повествования. Эти аспекты взаимозависимы. Без процесса повествования ни утверждение, ни его окончательное содержание были бы невозможны. В самом понятии «нарративный» подчеркивается непостоянство, переменчивость в человеческой жизни, отсутствие изначально заданных смыслов, единство жизнедеятельности и ее осмысления. На понимании нарративности как изложении истории, обладающей временной структурой, построены многие авторитетные исследования. В качестве нарратива повествование существует благодаря связи с историей, которая в нем излагается. Актуальность исследования гендерного аспекта женского нарратива обусловлена прежде всего изучением основных составляющих универсальной когнитивной базы представительниц того или иного лингвокультурного сообщества.

Теоретической основой исследования послужили работы отечественных и зарубежных авторов в области лингвистики [Гудмен 2001; Turner 1996; Женетт 1998; Goddard, Patherson 2000; Греймас 2004; Попова 2004; Stanzel 2008; Кириленко, Шевцов 2010: 236–237; Martínez, Scheffel 2012; Гулиус 2017; Schmid 2017; Новиков 2017; Андреева 2019].

В настоящей статье объектом исследования является личный нарратив трех женских образов в романе Кристи Вольф «Медея. Голоса». Предметом исследования служат имплицитная и эксплицитная формы гендерного аспекта, а также переводческие решения, посредством которых переводчик не соблюдает передачу авторского нарратива. В связи с этим целью данной работы является рассмотрение способов актуализации гендерного аспекта на примере женского нарратива.

Данная цель предполагает решение следующих задач:

1. Проанализировать типы повествования на материале шести глав романа Кристи Вольф «Медея. Голоса».

2. Рассмотреть проблему гендерных маркеров на примере образов Медеи, Агамеды и Глауки.

3. Сопоставить женский нарратив в языке оригинала (немецкого) и переводов – английского (пер. Джон Каллен) и русского (пер. Михаил Рудницкий).

Описание материала и методов исследования

В качестве эмпирического материала в нашем исследовании использован роман К. Вольф «Медея. Голоса».

При анализе использовались следующие методы: посредством метода сплошной выборки осуществлялся подбор примеров для анализа и иллюстрации теоретических положений; выделение конкретных языковых явлений и их последовательное описание с точки зрения их структуры и функционирования, что стало возможным благодаря описательному методу; метод контекстуального анализа использовался для изучения функциональной специфики слов и их значений, он представляет собой анализ фрагментов текста, в котором использовано данное слово, а также анализ зависимости значения слова от этого контекста; метод интерпретации способствовал пониманию подтекста.

Матиас Мартинес и Михаэль Шеффель полагают, что для более точного анализа нарративных текстов нужно использовать такие разработанные во второй половине XX в. терминологию и инструменты, как нарративные исследования и нарратология [Martínez, Scheffel 2012]. В широком смысле рассказывание историй можно понимать как фундаментальный способ доступа к миру [Goodman 2000]. Марк Тернер возводит повествовательное воображение в «фундаментальный инструмент человеческого мышления» [Turner 1996]. Вольф Шмид выделяет некую историю, обладающую темпоральной структурой на уровне изображаемого мира. В свою очередь, понятие истории подразумевает событие, которое представляет собой изменение исходной ситуации. Под внешней ситуацией в повествуемом мире подразумеваются естественные, акциональные и интеракциональные события, под внутренней ситуацией – ментальные события [Schmid 2017].

Франц Штанцель, в зависимости от степени вовлеченности рассказчика, выделяет такие типы повествования, как повествование от первого и второго лица и непосредственно от лица автора [Stanzel 2008]. Один из основателей современной нарратологии французский литературовед Жерар Женетт в своем трактате «Повествовательный дискурс» представляет систему категорий для целостного анализа повествований. В свою очередь, он критикует Ф. Штанцеля относительно синтетической модели ситуаций повествования, основанной на ряде эмпирических наблюдений, а не на детальном рассмотрении конструкций повествовательных текстов [Женетт 1998].

Согласно утверждению американского философа Луи Минка, жизнь не имеет ни начала, ни середины, ни конца. Истории как таковые, сами по себе, не живут, они рассказываются людьми [Mink 1987]. Поэтому нет смысла говорить о живом, но не сформулированном рассказе, поскольку суть рассказа – это его повествовательное структурирование и передача слушателю или читателю. А.-Ж. Греймас рассматривает дискурс, который «выступает единственным источником сведений о значениях, присущих речи» [Греймас 2004]. Н.С. Гулиус указывает на ключевые признаки сложноорганизованного повествования и утверждает, что функциональность формальной структуры играет роль генератора содержания [Гулиус 2017].

Е.А. Попова выделяет неперсонифицированного повествователя и называет его третьеличным нарратором, который, в свою очередь, может перемещаться по оси событий [Попова 2004]. В.А. Андреева указывает на ядерные признаки нарративного дискурса и качественных изменений дискурсивной стратегии [Андреева 2019].

Принято считать, что чужая речь имеет несколько путей передачи, а именно: в виде пересказа, в форме прямой, косвенной и несобственно-прямой речи. Пересказ, согласно определению Д.Н. Ушакова, представляет собой «письменное или устное изложение какого-нибудь текста» [Ушаков 2015]. В Словаре лингвистических терминов прямая речь рассматривается как чужая речь, переданная без изменений, непосредственно от лица говорящего, причем по отношению к авторским словам прямая речь «выступает как самостоятельное предложение». Косвенная речь представляет собой «чужую речь в форме придаточного предложения». Считается, что в таком случае содержание чужого высказывания не воспроизводится дословно и форма передачи идет от лица автора, а не того, кому принадлежит прямая речь.

Следующую форму передачи чужой речи представляет несобственно-прямая речь, сочетающая в себе элементы косвенной и прямой речи. Словарь лингвистических терминов указывает на то, что в такой форме речи в той или иной степени «отражаются лексические и синтаксические особенности чужого высказывания». Вместе с тем сюда относится манера речи говорящего, а также характерная для прямой речи эмоциональная окраска. Однако передается она не от имени персонажа, а от имени автора, рассказчика, который в этом случае выражает мысли и чувства своего героя, сливает его речь со своей речью [Розенталь, Теленкова 1985].

Представление результатов

В качестве примера рассмотрим несколько женских образов, представленных в романе К. Вольф «Медя. Голоса», а именно личный нарратив трех женщин, выступающих в роли рассказчиков. Автор дополнительно вводит в роман еще шесть женских образов, которые взаимодействуют друг с другом в ходе повествования. Однако отдельными главами К. Вольф

представляет только три женских персонажа, а именно: Медею, ставшую в новой интерпретации мифа жертвой «мужского общества», ее наперсницу Агамеду, которая пытается адаптироваться в новом обществе, отказывается от когда-то близких ей людей, и дочь царя Креонта и Мeroпы – Глауку. Женщины рассказывают о себе, дают оценку окружающим их людям, и женщинам в особенности, выражают свою точку зрения по поводу своего места в обществе Коринфа. Повествование строится в направлении «на себя», герои обращаются внутрь собственного «я».

Следует отметить достаточно необычный подход К. Вольф к рубрикации, когда автор для обозначения фрагментов использует только имена собственные, например главы «Медея» и «Ясон», повторяя их, так что они следуют одна за другой, как ответы на вопросы, задаваемые предыдущим персонажем. Медее принадлежит четыре монолога, поэтому создается впечатление, что ее голос звучит громче голосов остальных персонажей. Благодаря тому, что в романе достаточно строго очерчен внешний и внутренний облик главной героини, характеристики, даваемые ей разными действующими лицами, в основном совпадают.

Из того, что Медея рассказывает о себе и слышит в свой адрес от окружающих, можно выделить следующие характеристики: *der Flüchtling* (15)¹, *die Flüchtige* (62) / беженка (3)², *die Königstochter, die Tochter der großen Königin* (16) / дочь царя и великой царицы (4), *die Verräterin* (26) / предательница (7), *das Weib* (39) / баба (12), *die böse Frau* (45) / злодейка (14), *die böse Frau* (53) / колдунья (17), *die Zauberin* (61) / волшебница (20), *die Unverschämte* (62) / бесстыдница (20), *die Heilerin* (63) / целительница (22), *die Priesterin der Hekate* (82) / жрица Гекаты (27), *die Wilde, die Fremde* (179) / дикарка, чужачка (59), *Nachfolgerin* (100) / последовательница (33), *die Unselige* (134) / нечестивая (44), *die Ruchlose* (138) / гадина (46), *das Mordweib* (200) / потаскуха (66), *die Furie* (208) / фурия (69).

Таким образом, в глазах большинства мужчин Медея красавица-чужестранка, искусная врачевательница и волшебница, тогда как женская половина населения относится к ней с осторожностью и называет извержкой и дикаркой.

Рассмотрим языковые маркеры, способствующие реализации определенных лексико-семантических категорий. Так, гендерные маркеры подразделяются на несколько типов: семантические и структурные, подразделяющиеся на синтаксические и морфологические. Структурные маркеры могут быть эксплицитными или имплицитными. При наличии эксплицитного гендерного маркера номинативная единица стабильна и не

¹ Здесь и далее оригинальный текст цит. по изд.: *Wolf Ch. Medea. Stimmen. München: Luchterhand, 2010. 235 s.* В круглых скобках указывается номер цитируемой страницы.

² Здесь и далее текст в пер. на рус. яз. цит. по изд.: *Вольф К. Медея. Голоса / пер. с нем. М. Рудницкого. М.: Иностранная литература, 2001. 235 с.* В круглых скобках указывается номер цитируемой страницы.

зависит от лингвистического контекста. В большинстве случаев для эксплицитного выражения номинации пола характерно номинирующее лицо женского пола, а также наличие суффиксов женского рода, что будет продемонстрировано нами в приведенных ниже примерах. При наличии имплицитного гендерного маркера номинативная единица нестабильна и определяется с опорой как на лингвистический, так и на экстралингвистический контекст нарратива [Goddard, Patherson 2000].

Как и всякая женщина, Медея любопытна и, несмотря на понимание опасности, преодолевая собственный страх и ужас, пытается разгадать тайны царской семьи: *Ich mußte das Geheimnis dieser Königin kennen* (22) / Я должна вызнать тайну царицы (6). Она не отказывается от своего намерения даже когда промокла от *холодного пота*, чувствует *запах собственного ужаса*: *Klatschnaß vor Schweiß war ich in dieser Eiseskälte, ich stank vor Grauen...* (21), *ее обуял страх и паника*: *...mich nach dem Grauen die Panik überfiel* (21) и не смог остановить даже *смертельный страх*: *...aus Todesfurcht* (22).

Обращаясь внутрь собственного «я», героиня прогнозирует возможные последствия полученного ею знания, которое необходимо забыть как можно быстрее: *Ich hatte erfahren, was ich wissen wollte, versprach mir, es so schnell wie möglich zu vergessen* (23) / Теперь я знала то, что хотела узнать, и дала себе зарок как можно скорее об этом знании забыть (6), *Wer dieses Geheimnis preisgibt, ist verloren* (23) / Кто выдаст эту тайну, тому уже не жить (6). Она не доверяет даже близким ей людям, таким образом, у Медеи проявляется чувство самосохранения: *Jason. Habe ich mich ihm verraten? Nein. Obwohl es einen Augenblick gab, einen flüchtigen, verführerischen Augenblick, aber ich schwieg. Doch, ja, ich schwieg* (23) / Ясон. Неужто я ему проболталась? Нет. Хотя и был миг, всего один, мимолетный соблазнительный миг, но я промолчала. Да нет, конечно же, промолчала (6).

Важным составляющим личности является гордость, связанная с самоуважением, осознанием собственной ценности, чувством собственного достоинства. Каждая женщина сталкивается с понятиями гордости и гордыни, и только немногие способны их различить. Медея вспоминает слова матери, которая, зная характер дочери, пытается ее уберечь от неприятностей: *Das habe ich nie vergessen, daß du mir einmal gesagt hast, wenn sie mich umbringen würden, meinen Stolz müßten sie noch extra erschlagen* (19) / Никогда не забуду, как ты однажды мне сказала: если, мол, меня когда-нибудь будут убивать, то сперва убьют меня, а уж потом, отдельно, придется убивать мою гордость (5). Не менее важной составляющей женской сущности является желание поспорить с окружающими или показать свою компетентность в том или ином вопросе, не беря в расчет потребности собеседника: *Immer hast du ein Widerwort, sagte Jason, immer weißt du alles besser...* (27) / Вечно тебе надо всем перечить, – проворчал Ясон, – вечно всё надо знать лучше других (8).

Главная героиня с детства знала, что красива, и с успехом использовала один из самых сильных психологических приемов воздействия на людей – кокетство, искусно находя грань между флиртом, обольщением и социальным общением. Так, в присутствии мужчины она умело демонстрирует стройность своих ног: *...meinen Fuß dabei unter dem langen, losen Hemd hervorstrecken, mit jener anmutigen Bewegung, die sich bewußt ist, daß Jason die Füße der Frauen mag, aber keine habe so schöne Füße wie ich...* (24) / *...отодвинуть ногой, выпростав ступню из-под длинной, ниспадающей рубахи тем капризным движением, в шаловливой властности которого давняя и твердая уверенность: Ясон любит женские ножки, а таких красивых, как у меня, ни у кого больше нет...* (7).

Счастье для Медеи заключается в детях, ее близком окружении и скромной хижине: *An jenem Morgen waren alle Lasten von mir abgefallen, ich lebte, meine Kinder waren gesund und heiter und hingen an mir, ein Mensch wie Lyssa würde mich nie verlassen, die bescheidene Hütte umschloß etwas wie Glück, ein Wort, das mir viele Jahre nicht mehr in den Sinn gekommen war* (177) / *В то утро все тяготы с меня спали: я жива, дети здоровы, бодры и любят меня, да и такой человек, как Лисса, никогда меня не оставит, – скромная моя хижина заключала в себе нечто вроде счастья, слово, которое уже много лет не приходило мне на ум* (59).

Читатель наблюдает внутренний диалог как процесс непрерывного общения человека с самим собой, проанализировав который, становится понятно, что героиня способна рассуждать здраво, принимать решения и обращать внимание на свое собственное состояние и жизненный опыт. Однако внутренний диалог усиливает ее беспокойство и негативно сказывается на ее настроении. Здесь также можно наблюдать такие лексико-семантические категории, как 'любопытство', 'страх', 'чувство самосохранения', 'гордость', 'желание показать свою осведомленность', 'кокетство' и 'материнство'.

Сравним нарратив в оригинале и переводе: *Sie haben aus jedem von uns den gemacht, den sie brauchen. Aus dir den Heroen, und aus mir die böse Frau* (53) / *Каждого из нас они сделали тем, кто им нужен. Тебя превратили в героя, а меня – в злую колдунью* (17). *Seitdem gilt sie als böse Frau...* (45) / *С той поры ее считают злодейкой...* (14) / *They've made what they need out of each of us. Out of you, the Hero, and out of me, the Wicked Witch* (40)¹. В приведенных примерах можем наблюдать смысловое развитие, т. е. замену словарного соответствия *die böse Frau* при переводе на русский контекстуальными – *колдунья, злодейка*, логически связанными с ним, тогда как в английском переводе предлагается вариант *the Wicked Witch* (колдунья, ведьма). Существительное *the witch* уже имеет отрицательную коннота-

¹ Здесь и далее текст в пер. на англ. яз. цит. по изд.: *Wolf Ch. Medea. Voices. A modern retelling* / trans. J. Cullen. New York: Doubleday, 2005. 186 p. В круглых скобках указывается номер цитируемой страницы.

цию, которая усиливается посредством прилагательного *wicked* (безнравственный, подлый, коварный). В свою очередь, *wicked witch* может использоваться как устойчивое словосочетание «злая колдунья», «злая ведьма». Обратим еще раз внимание на перевод предложения: *Aus dir den Heroen, und aus mir die böse Frau / Тебя превратили в героя, а меня – в злую колдунью*. В данном примере при переводе используется прием смыслового развития путем добавления глагола, логически связанного с предыдущим предложением.

Ich werde mit der Zeit wirklich böse werden (102) / *Со временем я, наверно, и вправду стану злоюкой* (33) / *I'll become really wicked as time goes on* (81). Прием смыслового развития позволяет использованное в оригинале выражение *böse werden / sein* (прилагательное + глагол) в значении «рассердиться», «злиться», при переводе заменить на близкое по значению, контекстуально и логически связанное с ними существительное *злока*. Таким образом, семантическая структура при переводе на русский язык претерпевает изменения, тогда как в английском переводе переводчик сохраняет прилагательное – *wicked*.

Помимо внутренних диалогов героев, выделенных в отдельные главы, в романе мы можем наблюдать скрытую дискуссию древних писателей и философов, которые предложили свое толкование истории Медеи. К. Вольф выносит их точку зрения в эпиграфах к главам. В главах «Медея», а их в романе четыре (1, 4, 8, 11), отсутствует высшая оценочная инстанция, что позволяет говорить о равенстве всех доносящихся до нас голосов. Вследствие того, что история Медеи подается автором не как установленный факт с определенными выводами, а как незавершенное событие, читатель чувствует себя участником происходящего. В переработанной версии мифа Медея – представительница своего времени, обычная женщина и мать, ищущая счастья, понимания и заботы. Та, которая захотела изменить свою жизнь, не побоялась пойти против отца и оставить родные края. Та, которая всю жизнь боролась за свое доброе имя, обращается к современному читателю с целью объяснить собственные поступки и развеять сложившиеся о ней негативные представления.

Особенности следующего женского нарратива рассмотрим на примере образа Агамеды – колхидки, в прошлом наперсницы Медеи, являющейся героем-повествователем (рассказчиком). Она ведет внутренний монолог, представляющий собой размышление и произнесенное вслух обращение к себе; К. Вольф раскрывает переживания героини, воссоздает ее внутренний мир. Мысли героини подчиняются внутренней логике, поэтому представляется возможным проследить, каким образом она пришла к тому или иному умозаключению или решению.

Образ Агамеды представлен автором только в одной главе со следующими характеристиками: *die Helferin* (67) / *помощница* [Медеи] (22), *die begabteste Schülerin* (68) / *самая одаренная из учениц* (22), *die gute*

Heilerin (68) / хорошая целительница (22), *die Verräterin* (70) / предательница (22), *das kluge Kind* (79) / умное дитя (26), *die Tempeldienerin* (82) / храмовая прислужница (27).

Героиня критично оценивает свои внешние данные, говоря о том, что у нее нескладное тело, слишком крупный нос, неуклюжие руки и ноги: *Unter seinem unverschämten Blick vergrößerten sich meine Gliedmaßen, meine große Nase, die ich möglichst nie im Profil zeige, die ungeschlachten Hände und Füße, die ich schon als Mädchen zu verstecken suchte* (74) / Я чувствовала, как деревенеет под его бесстыдным взглядом всё мое нескладное тело – слишком крупный нос, который я по возможности стараюсь не показывать в профиль, неуклюжие руки и ноги, которые я еще девчонкой вечно прятала (24).

В глазах колхидских женщин, Агамеда сумасшедшая: *Du bist ja verrückt* (70), большая мастерица разыгрывать игру: *...dieses Spiel spielen, für das ich mich so gut eigne* (77), подруга Медеи Лисса называет героиню и ее друга колхидца гнусными тварями и предателями: *...nannte Presbon und mich niederträchtig, fehlte nur, daß sie uns geradewegs Verräter geschimpft hätte...* (70).

Автор не так часто обращается к образу Агамеды, однако у читателя складывается весьма не однозначное мнение об этом персонаже. Она прилагает большие усилия, чтобы освоить тайны врачевания и стать лучшей ученицей Медеи, которая возлагает на нее большие надежды: *Du wirst eine gute Heilerin, Agamede* (68) / Ты будешь хорошей целительницей, Агамеда (22). Агамеда оказалась талантливой ученицей: *Die meisten ihrer Praktiken, die Zusammensetzung und Herstellungsweise der verschiedenen Sude, die Wirkungsweise der Kräuter, viele ihrer Zaubersprüche habe ich ihr abgesehen und abgelauscht. Ich bin eine Heilerin geworden* (68) / Большинство из ее приемов – состав и приготовление различных отваров, секреты действия трав, многие из ее заклинаний – я переняла, подсмотрела и подслушала. Сама теперь целительница (22).

Вполне женское желание быть лучшей в этой области имеет объяснение – это своего рода попытка сближения с высшим обществом Коринфа, которое к тому времени начинает бояться Медеи: *Manche Leute kommen lieber zu mir als zu ihr, vor der sie Scheu haben* (68) / Некоторые предпочитают у меня лечиться, ее они боятся (22). Агамеда понимает, что она никогда не будет одной из них, хотя коринфские семьи хорошо платят за ее услуги, приглашают в свои дома и жалеют ее: *...und sie bedauerten mich und bezahlten mich... schnell hatte ich die Kleider, die ich mir wünschte, und die Speisen, an die ich mich gewöhnte wie an die schweren süßen Weine...* (68) / ...жалели меня, и платили мне тем лучше, чем больше меня жалели и чем больше ценили благодаря мне свой образ жизни, тут я их быстро раскусила и уже вскоре могла носить то, что мне хочется, и начала привыкать к изысканным кушаньям и тяжелым сладким винам, которые здесь пьют (22).

Зависть присуща всем людям, независимо от культурной принадлежности, социального положения, возраста и пола, хотя, смеем утверждать, женщины подвержены ей чаще. Успех Медеи в области врачевания, ее красота, отношения в семье и любовь колхидцев вызвали злость и обиду у Агамеды. Низкий уровень самоуважения героини говорит о ее подавленных желаниях и несбыточных мечтах, сопровождается пониженной самооценкой и неуверенностью в себе.

Накопившаяся годами обида на Медею выливается в желание отомстить и даже уничтожить ее, понимая, что она сама только инструмент в руках врагов колхидской царевны: *Er brauchte mich für das Netz, in dem Medea sich verfangen hatte, noch ehe sie es ahnte* (77) / Я нужна ему чтобы сплести для Медеи сеть, в которую та угодит, даже не успев ни о чем догадаться (25). Агамеда, как и всякая женщина, вынашивает коварные планы годами и готова в самый неподходящий для оппонента момент ударить в спину. На вопрос Лиссы, правда ли она хочет уничтожить Медею, отвечает: *Ja. Das will ich. Der Tag, an dem es geschieht, wird mein glücklichster Tag sein* (70) / Да. Хочу. Именно уничтожить. И день, когда это произойдет, будет счастливейшим днем моей жизни (23). Агамеда подходит к своим планам с тонким расчетом и выдумкой и выбирает наиболее приемлемый для нее вариант так называемой отложенной мести – дождавшись момента, когда Медея наиболее уязвима, наносит ей сокрушительный в моральном и физическом плане удар. Обида живет в ней, пока не проливается кровь ее врага и его детей.

Особенности данного женского образа заключаются в высокой эмоциональности, склонности к переживаниям, демонстративности поведения, большой зависимости от внешнего окружения, перепадах настроения и эгоистичности. Соответственно, имплицитная форма гендерного аспекта, связанная с языковой актуализацией гендерного стереотипа, будет сопряжена с такими лексико-семантическими категориями, как 'внешность', 'характер', 'адаптация к новому обществу', 'зависть' и 'месть'.

Далее нас интересуют примеры, в которых гендерный аспект выражается при помощи эксплицитной формы. Род существительных в немецком языке выражается через артикль, который можно определить по значению слова и по способу словообразования (по форме слова). В первом предложении существительное *die Frau* относится к существительным женского рода по значению слова: *...ich gehörte nicht zu der Art Frauen, die ihn reizen...* (69) / ...я не из тех женщин, что в его вкусе... (22). В следующих примерах присутствует суффикс женского рода -in: *Du wirst eine gute Heilerin, Agamede* (68) / Ты будешь хорошей целительницей, Агамеда (22); *Ich. Agamede. Die einst ihre begabteste Schülerin gewesen ist, das hat sie mir selbst gesagt* (68) / Это я-то. Агамеда. Некогда самая одаренная из ее учениц, она сама мне так говорила (22). В последних двух примерах героиня сама открыто демонстрирует свою гендерную принадлежность, называя себя по имени.

Остальные примеры также демонстрируют суффикс, позволяющий определить женский род существительных: *Er, Presbon, beneidet mich nicht, ich bin keine Rivalin für ihn...* (69) / Он-то, Пресбон, мне не завидует, я ему не соперница... (22); *...endlich würde mein innigster Wunsch wahr werden, der meine Kindheit bestimmt hat, ich, ich würde ihre Helferin sein...* (68) / ...наконец-то сбудется самое заветное мое желание, которым я бредила в детстве, я, я стану ее помощницей... (22); *Ich bin eine Heilerin geworden* (68) / Сама теперь целительница (22); *Ja, ich wurde mit zehn Jahren, als meine Mutter starb, unter die Tempeldienerinnen aufgenommen und durfte bei Medea lernen...* (82) / И вдруг в десять лет, когда умерла мама, меня берут в храмовые прислужницы, я могу учиться у Медеи... (27).

Таким образом, мы видим, что все примеры содержат суффикс -in, указывающий на принадлежность существительных к женскому роду: *die Heilerin, die Schülerin, die Rivalin, die Helferin, die Tempeldienerin*.

Далее сравним нарратив в оригинале и переводе: *Die meisten ihrer Praktiken, die Zusammensetzung und Herstellungsweise der verschiedenen Sude, die Wirkungsweise der Kräuter, viele ihrer Zaubersprüche habe ich ihr abgesehen und abgelauscht* (68) / Большинство из ее приемов – состав и приготовленные различных отваров, секреты действия трав, многие из ее заклинаний – я переняла, подсмотрела и подслушала (22) / *I've copied and learned from her most of the methods, the ingredients of the various stocks and how to prepare them, the properties of herbs, many of her magic formulas* (54). При сравнении оригинала и перевода на русский язык можно заметить, что переводчик, руководствуясь нормами русского языка, добавляет причастие прошедшего времени. Глагол *absehen* согласно немецко-русскому словарю означает 'подсматривать', 'перенимать'. Переводчик использует генерализацию, при которой выполняется замена единицы исходного языка, имеющей более узкое значение, единицей языка перевода с более широким значением. Так, элементы смысла, остающиеся в оригинале невыраженными, подразумеваемыми, должны быть выражены в переводе с помощью дополнительных лексических единиц. Тогда как в переводе на английский язык переводчик не использует дополнительных лексических единиц.

В следующем примере переводчик использует такой вид лексико-семантической трансформации, как смысловое развитие, при котором семантическая структура претерпевает изменения. Так, в оригинале возвратный глагол *sich eignen für Akk* в значении 'быть пригодным', 'подходить', 'годиться' в переводе заменяется на прилагательное + существительное (*большая мастерица*): *Er ließ mich dieses Spiel spielen, für das ich mich so gut eigne* (77) / Так что он позволит мне разыграть игру, в которой я большая мастерица (25).

Рассмотрим еще один женский нарратив на примере Глауки – коринфянки, дочери Креонта и Мерыпы. Она как герой-повествователь (рассказчик) представлена в романе посредством третьего женского голоса, ве-

дущего внутренний монолог. Через образ этой молодой девушки К. Вольф показывает психологическую зависимость человека от событий, происходящих в ранние годы его жизни. Ясон понимает, что с Медеей у него нет будущего, нет трона и их дети обречены. Чтобы исправить положение, он собирается взять в жены нелюбимую женщину и править Коринфом после смерти царя. Некрасивая и больная Глаука влюблена в Ясона. В свою очередь Медее уже не любит Ясона, не видит его на троне и не верит в его счастье с Глаукой, однако она достаточно хорошо относится к девушке. Автор следующим образом описывает эту героиню: *die Königstochter* (75) / *царевна* (24), *die blasse dünne Tochter* (75) / *бледная, худая дочка* (24), *die Unglückliche* (76) / *несчастливая* (25), *die arme Glauke* (76) / *бедняжка Глаука* (25), *die Tochter des Königs* (130) / *царская дочь* (43), *der Unglücksmensch, der Unglückswurm* (129) / *несчастливая, убогая тварь* (43), *die Armselige und Unglückliche und von den Göttern Benachteiligte* (130) / *убогая, несчастная, богами обиженная* (43), *das schwache Tier* (141) / *слабый зверек* (47), *doch keine so bequeme Frau* (202) / *не такая уж удобная жена* (67).

Указанные выше характеристики позволяют сделать вывод, что Глаука вызывает у окружающих жалость, она больна, несчастна и не нужна своим родителям.

С первых строк знакомства с Глаукой можно заметить, что у нее практически с детства повышенное внимание к своей внешности: *...es ist ja meine früheste Gewißheit, daß ich häßlich bin...* (128) / *...это самое первое мое знание: я безобразна...* (42). Как здравомыслящая женщина, она критично оценивает свои шансы нравиться людям, понимая, что у нее бледная кожа, жидкие и обвисшие волосы и неуклюжие руки: *...die blasse unreine Haut, das dünne schlaffe Haar oder die linkischen Glieder...* (128) / *...прикасаться к бледной, нечистой коже, к жидким, обвислым волосам или к неуклюжим рукам...* (42). *Bald war ich über und über von einem Hautausschlag bedeckt, der juckte und quälte mich...* (138) / *Вскоре я вся, с ног до головы, покрылась сыпью, которая чесалась и страшно меня мучила...* (47). Однако ей очень хотелось бы выглядеть привлекательно, что вполне объяснимо для молодой девушки: *...wie nur die Frauen aus Kolchis sie herstellen, Farben, die mir die Augen weiteten, sie hielten mir die Stoffe an..., aber das ist nichts für mich, sagte ich..., ein bestimmtes leuchtendes Blau sollte es sein, das hebt, sagte Arinna, mit Goldborte um den Hals und auf den Rocksäum...* (129) / *...какие только колхидские женщины умеют ткать, такие краски, глаз не оторвать, они прикладывали ко мне матерью, подводили к зеркалу, но это всё не для меня, сказала я, они только рассмеялись, ей нужен искристо голубой, летящий, сказала Аринна, с золотой каймой вокруг шеи и понизу* (43).

Глаука понимает причину своей болезни и боится воспоминаний, однако Медее выясняет, что всему причиной стресс вследствие гибели сестры: *Du hast, sagte sie mir, so viele Jahre lang versucht, Unvereinbares miteinander zu vereinbaren, das hat dich krank gemacht* (138) / *Ты столько*

лет, – сказала она мне, – пыталась соединить несоединимое, от этого и болела... (46).

Чтобы как-то скрыть свои физические недостатки, девушка носит черные платья, которые так не нравятся Медее: *...willst du dein ganzes Leben unter diesen schwarzen Tüchern ersticken, sie zog mir die schwarzen Kleider aus, die ich trug, solange ich denken kann...* (129) / *...зачем ты хочешь задушить всю свою жизнь в этом черном тряпье, и стягивала с меня мои черные платья, которые я ношу, сколько себя помню* (43). Одиночество сопровождает Глауку всю ее жизнь и, как молодую девушку, тяготит. Она понимает, что окружение ей либо льстит: *...das ist meine Schwäche, denen zu glauben, die mir schmeicheln...* (128–129) / *...в этом и есть моя слабость – я верю тем, кто мне льстит...* (42), либо принимает за слабого или даже слабоумного человека: *...sie sind so daran gewöhnt, mich für töricht, ja für blöde zu halten* (140) / *...они настолько привыкли держать меня за дурачку, да просто за слабоумную...* (47). Ее никто не воспринимает всерьез, она чувствует себя загнанной в дремучие дебри: *...wie ein schwaches Tier im Dickicht...* (141) / *...как слабому зверьку в дремучих дебрях* (47). Осознание того, что она не такая как все, проходит через всю ее жизнь, сильно влияя на ее душевное состояние. Глаука очень хочет быть простой девочкой, которой не нужно быть всегда под пристальным присмотром прислуги: *...als Mädchen aus dem Volke..., ich kann ja kühn sein, wenn ich nicht Glauke bin* (131) / *...как простая девушка из народа, я прошмыгнула в порт сквозь оцепление, я ведь могу быть очень смелой, когда я не Глаука* (43).

Глаука отличается высокой тревожностью и эмоциональностью, склонностью к сильным переживаниям, страхом перед зависимостью от внешнего окружения. Соответственно, имплицитная форма гендерного аспекта связана с такими лексико-семантическими категориями, как 'внешность', 'страх воспоминаний', 'трагедия в семье', 'болезнь', 'желание быть привлекательной' и 'одиночество'.

Далее рассмотрим примеры, в которых гендерный аспект выражается при помощи эксплицитной формы. Как уже указывалось выше, род существительных в немецком языке выражается через артикль, который можно определить по значению слова и способу словообразования (по форме слова).

Предложенный пример демонстрирует несовпадение биологического рода имени существительного с грамматическим родом. Таким образом, существительное *das Mädchen* ('девочка, девушка') имеет средний род: *...und fast hätte ich ihr geglaubt, fast hätte ich mich wie irgendein anderes Mädchen gefühlt...* (128) / *...почти ей поверила, уже почувствовала себя не хуже всякой другой девчонки...* (42); *...ich habe die junge Magd bestochen, die mich damals bediente, daß sie mir alte Kleider von sich gab, als Mädchen aus dem Volke, das Gesicht hinter einem Tuch versteckt, schlich ich mich durch die Absperrung beim Hafen...* (128) / *...я подкупила молоденькую служанку, ко-*

торая тогда мне прислуживала, чтобы она отдала мне свое старое платье, и так, пряча лицо под косынкой, как простая девушка из народа, я прощмыгнула в порт сквозь оцепление (43). К женскому роду также относятся существительные по значению, обозначающие лиц женского пола. В следующем предложении существительное *die Tochter* относится к существительным женского рода по значению слова: *...und kein noch so dummer Küchenjunge auf die Idee käme, mir nachzupfeifen, was ja auch höchst ungehörig wäre gegenüber der Tochter des Königs...* (130) / *...и теперь никакому глупому мальчишке повару и в голову не придет мне вслед присвистнуть, что по отношению к царской дочери было бы в высшей степени неподобающим...* (43). Далее наблюдаем субстантивированные прилагательные, в данном случае обозначающие лицо женского пола: *...sagt Turon und legt seine Hand mitleidig auf meinen Kopf, er meint natürlich Verhöhnung einer Armseligen und Unglücklichen und von den Göttern Benachteiligten...* (130) / *...говорит Турон и жалостливо гладит меня по голове и, конечно, имеет в виду – издевательство над убогой, несчастной, богами обиженной...* (43).

В следующем примере существительное женского рода по форме слова (суффикс женского рода -in): *Nach jenem wüsten Streit mit dem Vater, dessen Zeugin ich als kleines Kind gewesen war, zog meine schöne Mutter sich von mir zurück, es war, als meide sie jede Berührung mit mir* (138) / *После мой дикой ссоры с отцом, свидетельницей которой я стала почти в младенчестве, моя красавица мама отделилась от меня, казалось, она избегает малейшего со мной соприкосновения* (47).

Таким образом, существительные *das Mädchen, die Tochter, die Armselige, die Unglückliche, die Benachteiligte, die Zeugin* указывают на то, что речь идет о женщине.

Далее попробуем проанализировать, соблюдает ли переводчик авторскую передачу нарратива. Контекстуальная конкретизация в данном примере обусловлена факторами конкретного контекста. Исходя из стилистических соображений, переводчик конкретизирует пол ребенка: *...sie legte meinen Kopf in ihren Schoß, strich mir über die Stirn und redete leise von dem Kind, das ich einmal gewesen sei und das mit jener Stelle auf dem Hof eine unerträgliche Erinnerung verbinde, die ich hätte vergessen müssen...* (135) / *...положила мою голову к себе на колени, гладила меня по лбу и тихо говорила что-то о маленькой девочке, ребенке, которым я когда-то была и для которого с этим местом у колодца связано какое-то невыносимое воспоминание, которое мне пришлось забыть...* (45). Однако, в переводе на английский язык, переводчик придерживается варианта оригинала: *She laid my head in her lap, stroked my forehead, and spoke softly of the child I once was and of the unbearable memory associated with that spot in the courtyard that I'd had to forget in order to stay alive...* (112).

Рассмотрим еще один пример: *...das dünne schlafe Haar oder die linkischen Glieder eines Mädchens, und sei es die Tochter...* (128) / *...к жидким,*

обвислым волосам или к неуклюжим рукам, пусть даже это кожа, волосы и руки дочери... (42) / ...her thin lank hair, her awkward limbs, even if she's his daughter... (106). В переводах на русский и английский языки посредством конкретизации осуществляется замена слова *die Glieder* / *limbs* ('конечности') на слово *руки*, имеющее более узкое значение.

Перевод следующего предложения производится посредством замены частей речи и смыслового развития: *Die arme Glauke* (209) / *Бедняжка Глаука* (69) / *Poor Glauce* (178). Прилагательное *arm* ('бедный, нищий, убогий') в оригинале при переводе на русский заменяется на существительное *бедняжка*, тогда как при переводе на английский использовано прилагательное соответствующего значения – *poor*.

...sie sind so daran gewöhnt, mich für töricht, ja für blöde zu halten... (140) / ...они настолько привыкли держат меня за дурочку, да просто за слабоумную... (47). В переводе на русский язык можно наблюдать смысловое развитие и грамматическую замену прилагательных *töricht* ('безрассудный, глупый') / *blöde* ('слабоумный, неприятный') на существительные *дурочка* и *слабоумная*. В переводе на английский язык можем наблюдать похожую ситуацию: ...they're so used to considering me foolish, or more likely stupid... (115). Прилагательное *foolish*, согласно англо-русскому словарю, обозначает 'глупый', 'сумасбродный', 'безрассудный' / *stupid* – 'глупый', 'бестолковый'.

Переводчик использует смысловое развитие, заменяя слово *das Kind* ('ребенок, малыш') на существительное *кроха*: *Wie soll ein Kind, wie ich es damals war, so schwierige Bilder in sich aufnehmen und über die Jahre hin in sich aufbewahren können* (147) / Да и как такой крохе, какой я была тогда, воспринять столь тяжелые картины и пронести в себе столько лет? (49). В переводе на английский язык переводчик использует слово *child*: *How could a child, as I then was, be capable of taking in such complicated images and keeping them locked inside herself for years and years?* (121).

Заключение

Таким образом, особый интерес вызывает языковая актуализация гендерного фактора, представленная в романе в эксплицитной (осознанной) и имплицитной (неосознанной) форме. Так, проанализировав нарратив трех женских образов, а именно: Медеи, Агамеды и Глауки, – приходим к выводу, что эксплицитные формы (21 пример) встречаются чаще, чем имплицитные (17 примеров). Гендерный аспект также может выражаться и при помощи эксплицитной формы. Род имен существительных в немецком языке выражается через артикль, который можно определить по значению слова (*die Frau, die Tochter*) и по способу словообразования (*die Heilerin, die Helferin*). Следующие примеры демонстрируют несовпадение биологического рода имени существительного с грамматическим родом (*das Mädchen, das Weib*) и субстантивированные прилага-

тельные, обозначающие в данном случае лицо женского пола (*die Wilde, die Fremde*).

ИмPLICITная форма гендерного аспекта связана с языковой актуализацией гендерного стереотипа посредством лексико-семантических категорий. Из проведенного исследования можно сделать вывод, что для Медеи характерны: *любопытство, страх, чувство самосохранения, гордость, желание показать свою осведомленность, кокетство, материнское чувство*; для Агамеды: *внешность, характер, адаптация к новому обществу, зависть, месть*; для Глауки: *внешность, страх воспоминаний, трагедия в семье, болезнь, желание быть привлекательной, одиночество*.

Исходя из проанализированных переводов, приходим к выводу, что переводчики не всегда соблюдают авторскую передачу нарратива, передавая его посредством конкретизации (*das Kind – ребенок, девочка, кроха*), смыслового развития (*die böse Frau – колдунья, злодейка / the Wicked Witch*).

Отсюда можно сделать вывод, что любое высказывание, как и любой текст, не может существовать изолированно и не иметь связи с другими текстами. Очень часто новый текст возникает как отклик или как реакция на уже существующее литературное произведение. Происходит так называемый диалог текстов, в ходе которого смысл исходного слова или текста приобретает несколько другое значение или смысловую множественность, что находит отражение уже в новом произведении.

Список литературы

- Андреева В.А. Литературный нарратив: зона формирования смыслов. М.: Леппех Софт, 2019. 320 с.
- Греймас А.-Ж. Структурная семантика: Поиск метода / пер. с фр. Л. Зиминной. М.: Академический Проект, 2004. 367 с.
- Гудмен Н. Факт, фантазия и предсказание. Способы создания миров: ст. / пер. с англ. А.Л. Никифорова, Е.Е. Ледникова, М.В. Лебедева, Т.А. Дмитриева. М.: ЛогоS: Идея-Пресс: Практикс, 2001. 376 с.
- Гулиус Н.С. Современные нарративные стратегии как черты нового реализма в литературе // Язык и культура: сб. ст. XXVII Междунар. науч. конф. (26–28 окт. 2016 г.). Томск: Издат. дом Том. гос. ун-та, 2017. С. 28–33.
- Женетт Ж. Фигуры: Работы по поэтике: в 2 т. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1998. Т. 1. 469 с.
- Кириленко Г.Г., Шевцов Е.В. Краткий философский словарь: 288 понятий, 156 персон. М.: АСТ: СЛОВО, 2010. 479 с.
- Попова Е.А. Категория временного порядка в третьеличном нарративе // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2004. Вып. 4 (36). С. 86–93.
- Розенталь Д.Э., Теленкова М.А. Словарь лингвистических терминов. М.: Просвещение, 1985. 399 с.
- Ушаков Д.Н. Толковый словарь русского языка. М.: Аделант, 2015. 800 с.

- Goddard A., Patherson L.M. Language and gender. London; New York: Routledge, 2000. 122 p.
- Martínez M., Scheffel M. Einführung in die Erzähltheorie. 9. Aufl. C.H. Beck, 2012. 222 s.
- Mink L.O. History and Fiction as Modes of Comprehension // New Literary History. 1970. Vol. 1, No. 3: History and Fiction. P. 541–558. DOI: 10.2307/468271.
- Schmid W. Elemente der Narratologie. Berlin; New York: Walter de Gruyter, 2017. 347 s.
- Stanzel F.K. Theorie des Erzählens. 8. Aufl. Göttingen, 2008. 340 p.
- Turner M. The Literary Mind. New York; Oxford: Oxford University Press, 1996. 208 p.

References

- Andreeva, V.A. (2019), *Literaturnyi narrativ: zona formirovaniya smyslov* [Literary narrative: a zone of the formation of meanings], Moscow, Lennex Corp, 320 p. (in Russian).
- Genette, G. (1998), *Figures*, in 2 volumes, Moscow, Sabashnikovs publ., Vol. 1, 469 p. (in Russian).
- Goddard, A., Patherson, L.M. (2000), *Language and gender*, London, New York, Routledge publ., 122 p.
- Goodman, N. (2001), *Fact, Fiction, and Forecast*, articles, Moscow, LogoS publ., Ideya-Press publ., Praxis publ., 376 p. (in Russian).
- Greimas, A.J. (2004), *Sémantique structurale. Recherche de méthode*, Moscow, Akademicheskii Proekt publ., 367 p. (in Russian).
- Gulius, N.S. (2017), *Sovremennye narrativnye strategii kak cherty novogo realizma v literature* [Modern narrative strategies as features of the new realism in literature]. *Yazyk i kul'tura* [Language and Culture], Collected works of 27th International scientific conference (October 26-28, 2016), Tomsk, Tomsk State University publ., pp. 28-33. (in Russian).
- Kirilenko, G.G., Shevtsov, E.V. (2010), *Brief philosophical dictionary*, 288 concepts, 156 persons, Moscow, AST publ., SLOVO publ., 479 p. (in Russian).
- Martínez, M., Scheffel, M. (2012), *Einführung in die Erzähltheorie*, 9th ed., C.H.Beck publ., 222 p. (in German).
- Mink, L.O. (1970), *History and Fiction as Modes of Comprehension*. *New Literary History*, Vol. 1, No. 3: History and Fiction, pp. 541-558. DOI: 10.2307/468271.
- Popova, E.A. (2004). The category of tense order in third-person narrative. *Tambov University Review. Series: Humanities*, No. 4 (36), pp. 86-93. (in Russian).
- Rozental', D.E., Telenkova, M.A. (1985), *Dictionary of linguistic terms*, Moscow, Prosveshchenie publ., 399 p. (in Russian).
- Schmid, W. (2014), *Elemente der Narratologie*, Berlin, New York, Walter de Gruyter publ., 347 p. (in German).
- Stanzel, F.K. (2008), *Theorie des Erzählens*, 8th ed., Göttingen, 340 p. (in German).
- Turner, M. (1996), *The Literary Mind*, New York, Oxford, Oxford University Press, 208 p.
- Ushakov, D.N. (2015), *Explanatory dictionary of the Russian language*, Moscow, Adelant publ., 800 p. (in Russian).
-

GENDER MAINSTREAMING IN FEMALE NARRATION

Ya.V. Zubenko

U. Sultangazin Kostanay State Pedagogical University (Kostanay, Kazakhstan)

Abstract: The study of narration in the social science has been intensively developed in recent years, so female narration is one of relevant topics discussed in modern society and scientific works of Russian and foreign researchers. Of particular interest is the focus on studying the speech behavior of female representatives and their assessment by other people. Gender is reflected in the language by determining the category of the genus, studying lexical means, syntactic constructions, and other objects. Many authoritative studies have been built on the understanding of narration as an exposition of a history with a temporal structure. As a narration, narrative text exists because of the connection with the story that it sets out. The empirical material for this work is based on the novel "Medea. Voices" (1996) written by Christa Wolf deals with the topic of the personal narration of three female characters, analyzes the types of narration, examines the problem of markers in gender using the images of Medea, Agamedea and Glauce as an example, compares the narration in the original language (German) and translation (English, Russian). The differences between the narration in the original and the translation are revealed, the ways for the translator to solve the problem of narration transmission are described. It was established that a deep penetration into the author's intention allows the translator to reproduce the text created in the framework of another culture and preserve the complex authorial presentation of facts and events.

Key words: narrative text, female narrative, gender marker, narrative translation.

For citation:

Zubenko, Ya.V. (2020), Gender mainstreaming in female narration. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 3, pp. 641-658. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(3).641-658. (in Russian).

About the author:

Zubenko, Yana Valerievna, Master of Linguistics, Senior Lecturer at the Faculty of Philology

Corresponding author:

Postal address: 118, Tauelsizdik ul., Kostanay, 110000, Kazakhstan

E-mail: janaz75@rambler.ru

Received: February 15, 2020

Revised: February 28, 2020

Accepted: August 13, 2020

**КОММУНИКАТИВНЫЕ ПАТТЕРНЫ
ДРЕВНЕАНГЛИЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЫ
(НА МАТЕРИАЛЕ АНАЛИЗА ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ОБРАЗОВ
ДРЕВНЕАНГЛИЙСКОЙ ПОЭЗИИ)**

О.В. Томберг

*Уральский федеральный университет
им. первого Президента России Б.Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия)*

Аннотация: Статья представляет собой анализ коммуникативного поведения персонажей древнеанглийской литературы. Целью исследования является реконструкция коммуникативных паттернов поведения на основе его речевого воплощения. В статье применяется речезанровый и прагмастилистический методы анализа речевого поведения с применением методов сюжетно-мотивного и лингвокультурологического анализа. Материалом исследования являются речевые партии персонажей, репрезентирующих ключевые образы древнеанглийской литературы. Максимальная жанровая палитра отмечена для образов Бога и Врага. Это обусловлено причинами историко-культурного и дидактического характера. Образы Воина, Героя и Короля репрезентируют формульный тип речевого поведения, маркированный побудительной модальностью. Наличие лирических жанров обуславливает рефлексивный тип речевого поведения, который актуализирован жанром плача. Инвариантными жанрами речевого поведения являются приказ и просьба. Это свидетельствует об иерархическом типе древнеанглийской поэтической коммуникации. В целом наблюдается преемственность героических паттернов речевого поведения и их трансфер в более поздние религиозные жанры. При этом некоторые речевые жанры и дискурсивные практики (хвальба, словесная перебранка) претерпевают модуляцию при их трансфере в другие образы. В статье также анализируются прагмастилистические маркеры каждого типа речевого поведения.

Ключевые слова: речевое поведение, коммуникативный паттерн, дискурсивная практика, художественный образ, речевой жанр.

Для цитирования:

Томберг О.В. Коммуникативные паттерны древнеанглийской лингвокультуры (на материале анализа художественных образов древнеанглийской поэзии) // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 3. С. 659–682. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(3).659-682.

Сведения об авторе:

Томберг Ольга Витальевна, доктор филологических наук, доцент, доцент кафедры лингвистики и профессиональной коммуникации на иностранных языках

Контактная информация:

Почтовый адрес: 620002, Россия, Екатеринбург, ул. Мира, 19

E-mail: olgatomborg@yandex.ru

Дата поступления статьи: 21.03.2020

Дата рецензирования: 23.03.2020

Дата принятия в печать: 13.08.2020

1. Введение

Изучение коммуникативного поведения языковой личности способствует реконструкции ценностных коммуникативных смыслов той или иной национальной культуры. Это особенно справедливо, когда в исследовательском фокусе находится коллективная языковая личность, воплощающая в себе коммуникативные установки определенной группы, сообщества, этнокультуры в целом. В такой перспективе корректнее говорить о речевой личности, которая транспонирует коммуникативные смыслы в различных видах и жанрах речевого поведения, коммуникативных ситуациях, речеповеденческих реакциях. Важнейшей частью коммуникативного поведения коллективной речевой личности могут считаться дискурсивные практики как динамичная организация коммуникативных систем внутри социума, которая отражает характерные для определенной социальной общности речевое поведение и мышление, моделирует их и формирует новые формы коммуникации в данной социокультурной реальности [Иссерс 2011]. В этом смысле определенная форма речевого поведения может рассматриваться как реализация той или иной дискурсивной практики, принятой в обществе на определенном этапе его исторического развития. Типичные для лингвокультуры обобщенные формы речевого поведения, закрепленные опытом и памятью данной культуры, можно определить как коммуникативные / речеповеденческие паттерны.

Анализ дискурсивных практик и коммуникативных паттернов коллективной речевой личности отдаленных эпох способствует реконструкции особенностей коммуникативного поведения, инвентаризации коммуникативных ценностей, установления психолингвистических особенностей поведения людей определенных эпох и в широком смысле – реконструкции homo communicans этой эпохи. Ретроспективные исследования в области коммуникативистики имеют ряд ограничений, основным из которых является недостаточное количество исследовательского материала [Brinton 2015: 138]. В результате художественный дискурс пред-

ставляется одним из основных источников сведений о человеке определенной эпохи, формах его речеповеденческих реакций на внешние ситуации и способов его взаимодействия с себе подобными [Maschler, Schiffrin, 2015: 219]. Изучение речевого портрета художественной личности возможно на основе анализа художественного образа как совокупности персонажей концептуально сходного типа. Преимуществом данного подхода является тот факт, что образ представляет собой художественную целостность, реализующую себя в речеповеденческих сценариях / скриптах. Данные скрипты, дающие представление о принятых в культуре коммуникативных ценностях, заложены в сюжетно-мотивной разработке образа. Репрезентирующие образ персонажи реализуют себя в различных коммуникативных ситуациях, предусмотренных сюжетом и воплощенных в мотивах – повторяемых компонентах сюжета с устойчивым значением [Тамарченко 2004: 193–194; Howe 2002: 12].

Связь сюжета и образа подчеркивала О.М. Фрейденберг: «в сущности, говоря о персонаже, тем самым пришлось говорить и о мотивах, которые в нем получали стабилизацию; вся морфология персонажа представляет собой морфологию сюжетных мотивов» [Фрейденберг 1997: 222]. Поведенческие паттерны, репрезентированные в текстах культуры, тесно слиты с традицией восприятия того или иного образа / персонажа в культуре. Эта традиция, берущая начало в ритуальных функциях прообразов, которые послужили основой их более поздних текстовых воплощений, закреплена в именах персонажей: в сюжетно-мотивном пространстве мифопоэтической культуры «герой делает только то, что семантически сам означает» [Фрейденберг 1997: 223]. Таким образом, модели взаимодействия с миром героев мифопоэтической эпохи заложены уже на уровне их ономастикона. В речевых портретах происходит дальнейшее уточнение и развертывание концептуальных коммуникативных смыслов, принятых в культуре.

На данном этапе развития лингвоперсонологии существует множество подходов к изучению речевого портрета личности. Широкая палитра подходов к анализу языковой личности обусловлена ее аспектуализацией. В исследовательском фокусе может быть формально-количественное моделирование языковой личности [Голев, Напреенко 2015]; семантико-когнитивный анализ как отражение авторского мировидения [Щирова, Гончарова, 2007: 219–258; Башкова 2015]; деятельностный аспект и типологическая классификация языковых личностей [Ким 2012: 116–128]; функционально-фонологические исследования языковой личности [Куруленок 2015] и др. Среди основных параметров изучения языковой личности выделяются социальный [Астафьева 2017; Орлова 2015], жанровый [Болотнов 2015; Курьянович 2015; Шкуропацкая 2015], хронологический [Шелепова 2015], гендерный [Туралина 2011; Прима 2012], профессиональный [Ким, Энс 2015; Мельник, Нургалева 2015].

Палитра методологических подходов и методов анализа также отличается широким разнообразием. Ю.Н. Карауловым была предложена трехуровневая модель языковой личности посредством лексикографического метода и трехуровневой модели «лексикон – тезаурус – прагматикон», которая легла в основу большого числа современных работ по лингвоперсонологии [Караулов 2010]. Анализу и интерпретации может подлежать лексическая канва речевого портрета персонажа как средство экспликации его индивидуального образа мира с помощью составления словника [Чурилина 2002]. Изучение дискурсивных модусов личности основано на анализе ее социо- и прагмалингвистических характеристик и особенностях коммуникативного поведения [Карасик 2015]. Это может быть концептуальный анализ языковой личности посредством семантического анализа ее ключевых слов [Башкова 2015]. В изучении художественной языковой личности преобладает стилистический вектор, заключающийся в комплексном стилистическом описании речевого поведения персонажа [Караулов 2010; Гончарова 1984].

Каждый из данных исследовательских подходов сфокусирован на раскрытии определенной грани языковой личности. Выход в сферу поведенческих паттернов, дискурсивных практик и принятых в культуре моделей речевого взаимодействия требует, на наш взгляд, обращения к подходам и методам, разработанным в рамках лингвистической коммуникативистики.

2. Описание материала и методов исследования

Анализ коммуникативного поведения художественной личности может проводиться на основе современных подходов в области коммуникативистики: на основе анализа доминантных моделей коммуникативного поведения персонажей, стратегий и тактик [Иссерс 2008]; установления и характеристики речежанровых доминант [Дементьев 2010], дискурсивных измерений личности [Barker, Galasiński 2001].

Целесообразность речежанрового подхода к анализу речевого поведения обусловлена комплексной природой речевых жанров, которые обеспечивают передачу, хранение и получение различных видов информации относительно ценностей духовной и материальной культуры, оценочную деятельность [Дементьев 2010: 494]. Коммуникативные сценарии являются ценностной категорией, а выделяемые в их рамках речевые жанры – проекцией аксиологических концептов национальной культуры (например, речевой жанр разговора по душам является проекцией концептов 'дружба', 'правда', 'душа' [Дементьев 2013: 115–130]. Аксиологический потенциал речевых жанров для анализа языковой личности заключается в их способности передавать коммуникативные ценности: приверженность тем или иным типам речевых жанров определяет ценностные горизонты личности, ее способность озвучивать аксиологические ориен-

тиры культуры и придерживаться их в своем коммуникативном поведении. Лингвистический аспект коммуникативного поведения персонажей может включать в себя анализ форм и средств языкового воплощения того или иного типа коммуникативного поведения.

Анализ коммуникативного поведения человека древней культуры способствует реконструкции ценностно-коммуникативных норм данной культуры, а при контрастивных исследованиях помогает проследить преемственность и развитие данных норм в широкой хронологической перспективе.

Древнеанглийская поэтическая лингвокультура представлена значительным числом поэтических памятников: героическим и религиозным эпосом, историко-героическими песнями, лирическими песнями, христианскими аллегорическими стихами, загадками [Beechy 2010; Harbus 2012]. Для каждого жанра характерны определенные модели коммуникативного поведения. Однако, даже с учетом жанрового многообразия, возможно выделение инвариантных дискурсивных практик и моделей речевого поведения персонажей в рамках всей поэтической лингвокультуры. С этой целью оправданным представляется анализ ключевых образов данной эпохи как суммы их персонажных воплощений в текстах культуры и установление коммуникативных доминант их речевого поведения.

С этой целью в данной работе предлагается следующий алгоритм исследования:

- сбор и конструирование совокупного речевого портрета того или иного образа, который представляет собой сумму речевых высказываний всех персонажных репрезентаций данного образа в текстовом пространстве древнеанглийской культуры;

- классификация и иерархизация данных речевых высказываний по речежанровому принципу: установление доминантных и периферийных речевых жанров в структуре речевого портрета образа;

- семантико-стилистический и концептуальный анализ с целью выявления принципов и особенностей их построения;

- определение наиболее частотных речевых жанров, характерных для совокупной системы всех художественных образов древнеанглийской литературы с целью установления коммуникативных паттернов, репрезентированных в древнеанглийской поэтической лингвокультуре;

- лингвокультурный комментарий полученных данных.

3. Представление результатов

Система художественных образов древнеанглийской поэзии представлена десятью образами. Это образы: 1) Героя (в единственном персонажном воплощении – Беовульф из одноименного героического эпоса), 2) Воина (в многочисленных персонажных воплощениях в жанрах героического эпоса, героических и лирических песнях), 3) Короля / 4) Короле-

вы (имеющего персонажные воплощения в жанрах героического и религиозного эпоса, героических песен), 5) Святого / 6) Святой (представленного персонажами религиозного эпоса), 7) Жены (Возлюбленной) (представленного анонимными персонажами лирических песен), 8) Плакальщицы (представленного анонимным персонажем героического эпоса), 9) Бога (представленного во всех жанрах древнеанглийской литературы), 10) Врага (представленного типологическими разновидностями врага-чудовища (героический эпос), врага-викинга (героико-исторические песни), врага христианства (религиозный эпос)).

Наибольшим жанровым разнообразием отличается речевое поведение Бога и Врага. Иерархическая коммуникация является главной особенностью речевого портрета Бога, его лингвоперсонологическим центром являются императивные речевые жанры. Их коммуникативным ядром является побуждение к действию, которое реализуется в жанрах приказа (примеры 1–3), просьбы (примеры 4, 5):

1. *ðu scealt feran ond frið lædan, siðe gesecan, þær sylfætan eard weardigað, eðel healdaþ morðorcraeftum.* (Andreas 174–177)

(You must travel, bearing your peace, seeking out a journey where the self-eaters defend their domain and hold their homeland through murder-craft.)

2. *Astigað nu, awyrgde, in þæt witehus ofostum miclum. Nu ic eow ne con.* (Christ and Satan 626–627)

(Dive down now, accursed, into that house of torment with the greatest haste. I do not know you now.)

3. *Gewit þu þinne eft waldend secan; wuna þæm þe agon!* (Genesis 2294–2295)

(Go again and seek your lord. Dwell with those that own you!)

4. *Saga, þances gleaw þegn, gif ðu cunne, hu ðæt gewurde be werum tweonum, þæt ða arleasan inwidþancum, Iudea cynn wið godes bearne ahof hearmcwide.* (Andreas 557–561)

(Say,thane wise in thought, if you know, how it happened that among doubting men, those men wicked in deceitful thought, the people of Judea heaved up harmful speech against the Son of God.)

5. *Saga me þæt, sunu min, for hwon secest ðu sceade sceomiende?* (Genesis 873–874)

(Say to me, my son, why do you say that you are shaming in the shadows?)

Жанры с негативным прагматическим модусом представлены угрозой (пример 1), запретом (пример 2), упреком (пример 3), порицанием (пример 4). Коммуникативными адресатами этих жанров являются грешники (язычники), Адам и Ева (после грехопадения), враги христианства (Сатана и его слуги). Самым частотным отрицательным жанром является запрет, репрезентирующий концепты авторитетности и авторитарности Бога.

1. Gif þe monna hwelc mundum sinum aldre beneoteð, hine on cymeð æfter þære synne seofonfeald wracu, wite æfter weorce. (Genesis 1040–1043)

(If any man deprives you of life with his hands, upon him will come after that sin vengeance sevenfold, punishment after the deed.)

2. ...ne læt þe ahweorfan hæðenra þrym, grim gargewinn, þæt ðu gode swice, dryhtne þinum. (Andreas 957–959)
(...do not let the force of the heathens move you, their grim spear-strike, so that you betray God, your Lord.)

3. For hwon wast þu wean and wrihst sceome, gesyhst sorge, and þin sylf þecest lic mid leafum, sagast lifceare hean hygegeomor, þæt þe sie hrægles þearf, nymþe ðu æppel ænne byrgde of ðam wudubeame þe ic þe wordum forbead? (Genesis 874–881)

(For what reason do you know misery and cover yourself in shame, you sigh in sorrow, and you conceal your own body with leaves? You say that life-care, that misery sad at mind, tells you that you need clothing, unless you ate the one apple from that tree that I wordfully forbade you?)

4. Hwæt, befealdeþ þu folmum þinum wraðum on wælbedd wærfæstne rinc, broðor þinne, and his blod to me cleopað and cigeð. (Genesis 1010–1013)

(Lo! You have struck down your brother with your own wrathful hands, the pledge-worthy warrior into his slaughter-bed, and his blood cries out and calls out to me!)

В коммуникативном портрете Бога преобладает семантика директивности, лингвистическими средствами ее создания являются модальные глаголы и побудительные конструкции. Бог выступает вербализатором раннехристианских ценностных смыслов, их аксиогенный характер подтверждается совпадением с библейскими заповедями (“Thrive and multiply” (Genesis 192) и соответствует благословию Бога из Книги Бытия Ветхого Завета). Основные коммуникативные стратегии директивных жанров речевой партии Бога заключаются в следующем:

– оказание помощи персонажу (Матфею, Андрею, Аврааму, Ною), человечеству в целом (“Genesis”, “Exodus”, “The Order of the World”) и защите от зла (жанр обещания);

– желание предотвратить бедствия (жанр предсказания, совета / рекомендации);

– наставничество и обучение жить по принципам христианской веры (жанры приказа, просьбы, совета / рекомендации);

– стремление покарать за неповиновение, нарушение христианских заповедей, неверие (жанры обещания-угрозы, предсказания-угрозы, порицания);

– стремление уберечь человечество от совершения ошибок и нарушения принципов христианской веры (жанр отрицательного побуждения / запрета);

– убеждение неверных (язычников) в правильности христианских заповедей и принципов; обращение их в христианскую веру (“Andreas”, “Genesis”, “Azarias”: жанры обещания, совета / рекомендации);

– выражение согласия и наделение персонажей силой для совершення поступков в соответствии с христианскими заповедями (жанр благословения);

– восхваление своего вклада в создание мира (жанр автопохвалы).

На уровне речевого портрета Бог интерпретируется с позиции непрекаемого авторитета, вербализующего прескриптивные установки раннехристианской культуры.

Образ Врага раскрыт большим количеством паттернов речевого поведения. Наиболее частотные речевые характеристики Врага раскрываются в жанрах негативной прагматической направленности: менасив, упрек и приказ. Коммуникативной интенцией менасива является побуждение противника отказаться от битвы и заплатить дань:

Me sendon to þe sæmen snelle, heton ðe secgan þæt þu most sendan
gaðe

beagas wið gebeorge; and eow betere is þæt ge þisne garræs mid gafole
forgyldon, þon we swa hearde hilde dælon. (The Battle of Maldon 29–33)

(They have sent me to you, the hardy sea-men – they bid you be informed that you must quickly send rings in exchange for protection, and it would be better for you to buy off with tribute this storm of spears, otherwise we should deal in such a hard battle.)

Менасив нередко реализуется совместно с жанром обещания как гарантия благоприятного исхода в случае отказа от битвы. Основными прагматическими средствами реализации данной коммуникативной задачи являются условные предложения и глаголы þurfan (to need) и willan (в функции вспомогательного глагола для обозначения будущего времени):

Ne þurfe we us spillan, gif ge spedap to þam;

we willað wið þam golde grið fæstnian.

Gyf þu þat gerædest, þe her ricost eart, þæt þu þine leoda lysan wille,

syllan sæmannum on hyra sylfra dom feoh wið freode,

and niman frið æt us... (The Battle of Maldon 34–39)

(If you decide this, you who are most powerful here, and you wish to ransom your people and give to the sea-men, according to their own discretion, money in exchange for peace, and take a truce at our hands...)

Подобный коммуникативный синтез является частью традиционной древнегерманской дискурсивной практики словесной перебранки. В структурном отношении словесная перебранка – это многокомпонентное жанровое образование, основной коммуникативной задачей которого является моделирование исхода настоящей битвы.

Менасив врага христианства содержательно отличается от угрозы врага-викинга и представляет собой наказание за непослушание. Угроза

реализуется в рамках условного наклонения (*gif*) как развернутое описание испытаний, которые придется преодолеть при непослушании Сатане. При описании этих испытаний преобладают оценочные лексемы, которые обозначают традиционные библейские наказания: голод и жажда (*hungor ond þurst*), ад (*helle*), смерть от диких животных (*þurh deora gripe deaþe, wilde deor*), смертельные мучения (*witebroga*):

1. Ne þec mon hider mose fedeð; beoð þe *hungor ond þurst* hearde gewinnan, gif þu gewitest swa *wilde deor* ana from eþele. (Guthlac 274–277)

(No man will nourish you here with meals – hunger and thirst shall be your harsh adversaries, should you go forth like a wild animal, alone from your homeland.)

2. Ic þæt gefremme, gif min feorh leofað gif þu unrædes ær ne geswicest, ond þu fremdu godu forð bigongest ond þa forlætest þe us leofran sind,

þe þissum folce to fremre stondað, þæt þu ungeara ealdre scyldig *þurh deora gripe deaþe* sweltest, gif þu gefaþian nelt þingrædenne, modges gemanan. (Juliana 119–127)

(I shall make it such, as my life endures, that if you do not abandon this crime first, if you henceforth attend to alien gods and abandon those that are dearer to us, who stand as succor to our people, then you shall succumb to death, quickly forfeiting your life through the clutch of beasts, if you do not wish to submit to the legal union, the partnership with brave Eleusius.)

Обвинение / упрек также является частотным жанром в речевом поведении Врага. Например, Сатана обвиняет христиан в неискренности их веры, жених-язычник обвиняет святую Юлиану в непокорности и непослушании. Обвинение нередко актуализируется в жанровом синтезе с угрозой. Многие случаи актуализации обвинения представляют собой развернутые сценарии:

Me þin dohtor hafað geywed orwyrðu. Heo me on an sagað

þæt heo mæglufan minre ne gyme, freondrædenne. Me þa fraceðu sind on modsefan mæste weorce, þæt heo mec swa torne tæle gerahte

fore þissum folce, het me fremdne god, ofer þa oþre þe we ær cuþon,

welum weorþian, wordum lofian, on hyge hergan, oþþe hi nabban.

(Juliana 68–77)

(Your daughter has shown me shame. She says to me – singling me out – that she does not care for my husband-love nor my conjugal ways. These great difficulties are a disgrace to me in my heart's ken. She quite viciously offers me abuse before these people – she commanded me to worship an alien god with my wealth, –over the other gods that we have known before – to praise him wordfully, to extol him in my mind, or else I will never possess her.)

Наиболее частотным императивным жанром является приказ, который отличается высокой степенью категоричности. Он актуализирован в рамках ветхозаветного сюжета о побуждении Адама и Евы к совер-

шению первородного греха; к выполнению приказов Сатаны и язычников, адресованных святым. Лингвопрагматическими средствами создания категоричности являются модальные глаголы (*sculon, willan*) и повелительное наклонение. Высокая степень побудительности может также актуализироваться восклицательными предложениями:

1. Forþon is þæs wyrþe, þæt þu þæs weres frige,
ece eadlufan, an ne forlæte! (Juliana 103–104)

(Therefore it is worthy that you be the love of this man, his eternal love's blessing, yet not forsake him!)

2. Geswic þisses setles! (Guthlac 278) *(Give up your refuge!)*

3. Æt þisses ofetes! þonne wurðað þin eagan swa leoht

þæt þu meahst swa wide ofer woruld ealle geseon siððan... (Genesis 564–566)

(Eat these fruits! Then your eyes will become so bright that you can afterwards see so widely across the whole world...)

При доминировании жанров отрицательного прагматического модуса враг христианства (Сатана) способен также актуализировать ценностные доминанты христианства и прославлять их в этикетном жанре хвалы. Помимо этого, Враг способен к признанию своей неправоты (жанры признания, автоприговора); к психологической рефлексии (жанр жалобы). Сюжетной основой жалобы является ветхозаветный сюжет изгнания из рая, она проникнута эмоционально окрашенной тональностью и представлена широкой палитрой лингвистических средств: оценочной лексики, экспрессивного синтаксиса. Сатана самоидентифицирует себя как *проклятый* (*wærgðu*), *жалкий* (*tacen*), *грустный и несчастный* (*sic and sorhful*). Ад определяется им как *удручающий* (*walica*), *населенный драконами и змеями* (*dracan eardigað, nædre, wurm*), *темный* (*heolstre*), *чудовищный* (*atola*) и *опаленный огнем* (*fyre onæled*). Это место *лишено славы* (*nis her eadiges tir*), в нем *нет пиршественной палаты для гордых воинов* (*nis wloncra winsele*), в нем *не бывают ангелы* (*ne ængla ðreat*), оно *лишено всех радостей мира* (*ne worulde dream*). Обитатели ада – *враги* (*feond*), *темные и жестокие* (*reðe, ðimme and deorse*). Из конструкций экспрессивного синтаксиса стоит отметить широкое употребление параллельных и анафорических конструкций (*ic wæs – ic wolde – ic hebbe*), полисиндетона (*ne – ne; þæt – þæt*):

1. Ic her gepolian sceal þinga æghwylces, bitres niðæs beala gnornian, *sic and sorhful*, þæs ic seolfa weold, þonne ic on heofonum ham staðelode, hwæðer us se eca æfre wille on heofona rice ham alefan, eðel to æhte, swa he ær dyde. (Christ and Satan 272–278)

(I must suffer here every event, mourn these bitter harms and evils, sick and sorrowful, because I wielded them myself when I tried to establish a homeland in heaven. Will the Eternal One ever wish to allow us habitation in heaven's realm, possessing our native seat, as he once did?)

2. we beoð hygegeomre, forhte on ferðþe. Ne biþ us frea milde, egesful ealdor, gif we yfles noht gedon habbaþ; ne durran we siþþan for his onsyne ower geferan. (Juliana 327–331)

(We are sad-minded, frightened in spirit – He is not a merciful lord, but a terrifying prince. If we have not done anything evil, we dare not afterwards come anywhere near his presence.)

Прагматический посыл жалобы во многом определяется желанием раннесредневековых авторов показать ужас ада глазами его обитателей. Это может объясняться тем фактом, что одно из жанровых заданий христианских поэм было дидактическим [Lees 2002: 243], тем самым раннехристианские клирики пытались внушить страх и привить публике христианские каноны послушания и безгрешия:

Forþan sceal gehycgan hæleða æghwylc þæt he ne abælige bearn waldendes.

Læte him to bysne hu þa blacan feond for oferhygdum ealle forwurdon. (Christ and Satan 193–196)

(Therefore must every human think how not to provoke the Child of the Wielder. Let him take as an example how the dark fiends were entirely overcome for their over-pride.)

Подобный дидактический посыл характерен также для признания и приговора как жанровых форм речевого поведения врага христианства.

В целом, анализ коммуникативного поведения Врага удивляет широкой палитрой жанровых форм. Возможно, подобную лингвоперсоналогическую детализацию можно объяснить тем фактом, что это единственный отрицательный образ данного периода, представляющий мир «чужих». «Свои» репрезентированы и всесторонне осмыслены в различных образах героической и лирической направленности. Природа «чужого» подлежала пониманию в пространстве только одного образа.

Меньшим разнообразием отличается речевое поведение ключевых героических образов эпохи – образов Воина, Героя и Короля. Их характеристики развернуты преимущественно в нарративном портрете: описании их действий и характеристики / мнения о них другими персонажами. На ранних этапах развития литературы формы речей персонажей были предопределены требованиями жанра [Хализев 2004]. Героические жанры моделировали героическое, непротиворечивое поведение персонажей, полностью вписываемое в систему аксиологических доминант культуры и ожиданий аудитории. Поэтому рекуррентными формами речевого поведения Воина и Героя являлись традиционные жанры хвальбы (похвала Беовульфу, автопохвала Беовульфу), словесные поединки (перебранка датского стража и Беовульфу, перебранка Унферта и Беовульфу (“Beowulf”), словесные поединки Бирхтнота перед боем с викингами (“The Battle of Maldon”), Вальдере с Гудхере (“Waldere”)), приказы (призывы воинов-вождей на поле боя (“The Battle of Maldon”)). Каждая жанровая форма

имеет канонический характер: жесткую композиционную структуру, состоящую из речевых стратегий и тактик, которые реализуются посредством употребления характерных для них лексических и грамматических конструкций.

Так, регламентированная структура перебранки включает в себя введение (представление участников поединка и сравнение их родословных), основную часть (которая включает в себя множество речевых тактик: похвальбу, угрозу, оскорбление, обещание применить физическое насилие, предсказание поражения); заключение (наименее регламентированная часть перебранки) [Матюшина 2011: 212–214]. Победа в словесном поединке предвещает победу в схватке, в нем «торжествует не истина, а искусство вербальной хулы или хвальбы. Победа в споре зависит от того, насколько удачно одному из оппонентов удастся создать наилучшую из возможных версий определенных событий (хула) и наилучшую из возможных интерпретаций тех же событий (похвальба)» [Матюшина 2011: 214]. В образах Воина и Героя этот жанр представлен как традиционные типы словесных поединков в нескольких сюжетных ситуациях:

1) перед началом боя (перебранка вождя англосаксов Бирнхота с вождем викингов перед битвой при Мэлдоне);

2) при прибытии иноплеменника, у водной преграды (перебранка стража-датчанина и Беовульфа);

3) во время пира (перебранка Унферта с Беовульфом).

Для всех поединков характерна общая каноническая структура и семантика речей, которыми обмениваются участники. Поскольку победа в споре предвещала победу на поле боя, наиболее эмоционален был словесный поединок перед сражением. Он включал в себя жанры запугивания и оскорбления, прагматическим посылом которых была деморализация противника. Отсюда категоричность императивных и модальных конструкций, большое количество в них оценочной лексики для характеристики врагов (*þinum leodum miccle laþre spell* – *твой народ, вызывающий ненависть*; *hæþene* – *язычники*; *grim giðplega* – *ужасная / мрачная битва*), их запугивания (*feallan* – *пасть в бою*; *gafole garas* – *ответные копья*; *ættrynne ord* – *отравленные наконечники копий*; *heregeatu* – *оружие*; *ealde swurd* – *старый (великий) меч*):

Gehyrst þu, sælida, hwæt þis folc segeð? Hi willað eow to gafole garas syllan, ættrynne ord and ealde swurd, þa heregeatu þe eow æt hilde ne deah.

Brimmanna boda, abeod eft ongean, sege þinum leodum miccle laþre spell, þæt her stynt unforcuð eorl mid his werode, þe wile gealgean eþel þysne, Æþelredes eard, ealdres mines, folc and foldan.

Feallan sceolon hæþene æt hilde.

To heanlic me þinceð þæt ge mid urum sceattum to scype gangon unbefohtene,

nu ge þus feor hider on urne eard in becomon.

Ne sceole ge swa softe sinc gegangan;
 us sceal ord and ecg ær geseman,
 grim guðplega, ær we gofol syllon. (The Battle of Maldon 45–61).

(Have you heard, sailor, what these people say? They wish to give you spears as tribute, the poisonous points and ancient swords, this tackle of war that will do you no good in battle. Herald of the brim-men, deliver this again, say unto your people a more unpleasant report: here stands with his troops a renowned earl who wishes to defend this homeland, the country of Æthelred, my own lord, and his citizens and territory. The heathens shall perish in battle. It seems a humiliation to let you go to your ships with our treasures unfought – now you have come thus far into our country. You must not get our gold so softly. Points and edges must reconcile us first, a grim war-playing, before we give you any tribute.)

Жанр хвальбы (gylp) также являлся неотъемлемым атрибутом эпико-героической риторики и имел разновидности похвалы и автопохвалы.

Тот факт, что образ Воина представлен в жанрах героических элегий, добавляет лирические характеристики его речевому поведению, которые реализуются в дискурсивной форме внутреннего монолога. Его сюжетной основой являются темы изгнания и одиночества, они разворачиваются на фоне покинутости воина королем и дружинниками (“Wanderer”, “Deor”), одиночества в борьбе с разбушевавшейся стихией (“Seafarer”). Доминантной жанровой формой является размышление, внутри которой можно выделить такие дискурсивные разновидности, как жалоба, предсказание, описание, мольба. Каждая из них реализуется посредством определенных композиционных и лингвостилистических средств: психологический параллелизм, вопросительные конструкции, эмоциональные концепты.

1. Hwær cwom mearg? Hwær cwom mago? Hwær cwom mappumgyfa?

Hwær cwom symbla gesetu? Hwær sindon seledreamas? (Wanderer 92–93)

(Where has the horse gone? Where is the man? Where is the giver of treasure? Where are the seats at the feast? Where are the joys of the hall?)

2. hu ic earmcearig iscealdne sæ winter wunade wræccan lastum,
 winemægum bidroren, bihongen hrimgicelum; hægl scurum fleag. þær ic ne
 gehyrde butan hlimman sæ, iscaldne wæg. (Seafarer 14–19)

(how I, wretchedly sorrowful, lived a winter on the ice-cold sea, upon the tracks of exile, deprived of friendly kinsmen, hung with rimy icicles. Hail flies in showers. There I heard nothing except the thrumming sea, the ice-cold waves.)

3. Sume wig fornom, ferede in forðwege, sumne fugel opbær ofer heanne
 holm, sumne se hara wulf deaðe gedælde, sumne dreorighleor in eorðscræfe
 eorl gehydde. (Wanderer 80–84)

(War destroyed some, ferried along the forth-way, some a bird bore away over the high sea, another the grey wolf separated in death, another a teary-cheeked warrior hid in an earthen cave.)

К инвариантным особенностям двух типов речевого поведения Воина – героического и лирического – относится директивная тональность высказываний, реализуемая преимущественно модальными глаголами. В речи Воина-Героя преобладает категоричная форма императива – приказ. Это также характерно для образа Героя, что соответствует его эталонно-предписывающей функции в культуре. Директивной модальностью отмечены даже предсмертные слова Героя:

Ealle wyrd forsweop/ mine magas to methodscafte, eorlas on elne; ic him æfter sceal. (Beo 2814–2816)

(the way of the world has swept them all away, my own kinsmen, to their allotted fate, chiefs in their courage. I must go after them.)

Директива рефлексирующего Воина представляет собой совет / пожелание, референциальной основой которого является его собственный опыт:

1. Wita sceal geþyldig, ne sceal no to hatheort... (Wanderer 65–66)

(A wise man ought to be patient, nor too hot-hearted, nor too hasty of speech...)

2. Ongietan sceal gleaw hæle hu gæstlic bið, þonne ealre þisse worulde wela weste stondeð (Wanderer 73–74)

(A wise man ought to perceive how ghostly it will be when all this world's wealth stands wasted)

Общим для описания двух типов речевого поведения Воина является частотное употребление оценочной лексики, которая маркирует мир «своих» (короля, дружинников, соплеменников) и мир «чужих» (врагов своего народа). Наибольшую ценностную маркированность в речи Воина получает король, который характеризуется как любимый, щедрый, всемогущий, самый светлый, повсеместно известный, самый лучший на земле.

Король обладает правом выражать общее мнение, общие для всех ценностные установки, что проявляется, в частности, в тактике дистанцирования, выраженной в автономии посредством формы 3-го л. ед. ч. – тот, кто (*se þe*): *se þe soð ond riht fremed on folce, feor eal gemon* (Beo 1701–1702). Король номинирует себя носителем таких ценностей, как правда и истина (*soð ond riht*). Авторитетность Короля репрезентирована частотностью прескриптивных жанров в его речевом поведении: это жанры приказа и назидания, поддержанные тактиками апеллирования к собственному опыту и собственному авторитетному мнению. Директива и назидания реализуются преимущественно посредством побудительных конструкций:

1. Ga nu to setle, symbelwynne dreoh wigge weorþað; unc sceal worn fela maþra gemænra, siþðan morgen bið (Beo 1782–1784)

(Go now to your seat, enjoy the feasting joys, worthied in battle. Many multitudes of renowned treasures must be exchanged between us after the morning comes)

2. Ac onwacnigeað nu, wigend mine, habbað eowre linda, hicgeap on ellen, winnað on orde, wesað onmode! (The Battle of Finnesburh 10–12)

Назидательная тональность создается широким набором дискурсивных средств: поучительным рассказом о короле Херемодe с последующей моралью (1), апелляцией к своему возрасту (2) и своему успешному прошлому (3):

1. ðu þe lær be þon, gumcyste ongit (Beo 1722–1723)

(Be instructed by this example! Understand manly virtues!)

2. ic þis gid be þe awræc wintrum frod. (Beo 1723–1724)

(Aged in winters, I relate this song for you.)

3. Swa ic Hringdena hund missera weold under wolcnum ond hig wigge beleac manigum mægþa geond þysne middangeard, æscum ond ecgum (Beo 1769–1772)

(So I have reined the Ring-Danes for a hundred half-years under the heavens and harbored them from war against the many tribes throughout this middle-earth, from spear and sword alike)

Социальные функции Короля в древнеанглийском обществе также нашли свое отражение в его коммуникативном поведении, в дискурсивных практиках адаптации (усыновление самого смелого из воинов [Gaby 2017]), хвальбы и поощрения воинов (что коррелирует с дарением как важнейшей социальной обязанностью короля).

Речевое поведение женских образов древнеанглийской литературы отмечено значительной степенью психологической рефлексии. В первую очередь это касается образов Возлюбленной и Плакальщицы. В обоих случаях их эмоциональная тональность предопределена требованиями жанра (Возлюбленная репрезентирована в лирических песнях) и сюжетно-мотивной разработки (сюжетной функцией Плакальщицы). Коммуникативная структура образов раскрывается в речевом жанре плача, который актуализирует концепты эмоционально-чувственной сферы: горя, несчастья, беды. В образе Возлюбленной плач актуализирован в форме внутреннего монолога персонализированной дискурсивной формой «я» (ic), предполагает наличие возлюбленного как лирического адресата, сюжетной основой плача является тема разлуки:

1. Ic þis giedd wrece bi me ful geomorre (Wife's Lament 1)

(I wrack this riddle about myself full miserable...)

2. Wulf is on iege, ic on oþerre (Wulf and Eadwacer 4)

(Wulf is on one island, I am on another)

3. Wulf, min Wulf, wena me þine seoce gedydon... (Wulf and Eadwacer 13–14)

(Wulf, my Wulf! My hopes for you have sickened...)

Референциальной основой плача Плакальщицы является оплакивание погибших воинов. Несмотря на что, концептуально плач двух образов во многом изоморфен и содержит концепты горя (geomor, sorgcearig)

и страха (egesa), их прагматическая составляющая различна. Возлюбленная оплакивает свою судьбу и разлуку с любимым, отсюда элементы диалогичности, хронотоп этого плача включает в себя настоящее (состояние героини) и прошлое (ситуации, приведшие к расставанию). В хронотопе плача Плакальщицы содержатся элементы будущего как предсказание / моделирование жизни племени без вождя и короля (в частности, гаутов без Беовульфа), ассоциативно связанной с концептами убийства (wælfyll), ранения (hynþ), плена (hæftned).

Коммуникативное поведение Королевы и Святой отличается более широкой жанровой палитрой, что может объясняться несколькими факторами. Прежде всего, функциональной нагрузкой и местом этих образов в культуре в целом. Это предопределяет их многоаспектное (полижанровое) воплощение в литературе и широту их сюжетных ролей. Королева участвует в церемониальных действиях во дворце, приветствует иноплемеников, преподносит дары (королева Вальтхеов в жанре героического эпоса), путешествует с христианской миссией, обращает в христианство, наказывает неверных (царица Елена). Это обуславливает наличие разнообразных прескриптивных жанров в коммуникативной структуре образа: приказа, просьбы, совета. Речевое поведение и христианской, и героической королевы отмечено традиционным для древнегерманской аксиологии жанром похвалы (хвальбы). Адресатом похвалы Вальтхеов является Беовульф: она хвалит его за силу и героизм, что реализуется обилием оценочной лексики героической тематики. Христианская царица Елена возносит хвалу Богу и христианским священникам. В этом типе похвалы преобладает ретроспективный план изображения (претерит и перфект) и религиозная лексика (пример 2):

1. cen þec mid cræfte ond þyssum snyhtum wes lara liðe; ic þe þæs lean geman.

Hafast þu gefered þæt ðe feor ond neah ealne wideferhþ weras ehtigað, efne swa side swa sæ bebugeð/, windgeard, weallas. Wes þenden þu lifige, æpeling, eadig. Ic þe an tela sincgestreona. (Beo 1219–1226)

(Declare yourself skillfully, yet be mild in counsel to these boys. I will remember your reward for that. "You have brought it about so that men will acclaim you always, even as widely as the sea, that windy yard, is enclosed by its walls. Be blessed so long as you live, noble prince. Rightfully I grant you these treasures.)

2. þu me, eorla hleo, þone æðelan beam, rode rodera cininges ryhte getæhtesð, on þa ahangen wæs hæðenum folmum gasta geocend, godes agen bearn, nerigend fira. (Elene 1073–1077)

(Thou rightly showed me, shelter of earls, the noble tree, the cross of the King of the Heavens, upon which he was hanged by heathen hands, the Aid of Spirits, God's own Son, the Savior of Men. Yet an anxiety for those nails reproaches me in my spirit's heart.)

С прагматикой речевого поведения христианской королевы сближается коммуникативный портрет женщины-Святой (Юдифь и Юлиана), которая манифестирует верность раннехристианским идеалам и обращает неверных в новую религию в прескриптивных речевых жанрах просьбы и приказа. Просьба вплетается в канву повествования как апелляция к Богу. Коммуникативной основой приказа является побуждение к действию: Юдифь призывает жителей Ветилуи взяться за оружие и сразиться с ассирийцами (“Judith”); Юлиана побуждает дьявола признать свои грехи и принять христианскую веру (“Juliana”). Это реализуется побудительными высказываниями, посредством эксплицитной модальности, императивных конструкций, при этом отсутствие дополнительных актуализаторов делает речь Святой более категоричной:

1. ...þu scealt ondettan yfeldæda ma... (Jiliana 456)

(...you must confess more wicked deeds...)

2. Gewrec nu, mihtig dryhten, torhtmod tires brytta... (Judith 91–93)

(Avenge now, mighty Lord, illustrious Dispenser of Glory, what is thus miserable in my mind, blazing in my heart...)

Прагматика речевого поведения и Королевы, и Святой актуализирует концепт нравственного долга. В случае с Беовульфом это долг перед своим народом во имя его безопасности, в случае Святой это долг перед Богом во имя веры (geleafa).

4. Заключение

Анализ речевого поведения персонажей древнеанглийских поэтических образов позволил, на наш взгляд, приблизиться к пониманию коммуникативных норм эпохи VI–XI вв. н. э.

С одной стороны, возможно выявление инвариантных речевых жанров, которые актуализируют те или иные паттерны поведения. К жанрам, характерным для большинства образов, относятся жанры прескриптивного прагматического модуса: приказ и просьба. Они актуализируются по-разному в различных образах. Максимальной директивностью отличаются приказы Бога, их прагмастилистическими маркерами являются модальные глаголы (прежде всего, *sculan*) и императивные конструкции. Частотность сочетаний императива с отрицательной частицей *ne* позволяет выделить отрицательное побуждение как отдельную жанровую форму побуждения, которая реализуется в двух основных подвидах: категоричной – запрет и более мягкой – просьба / совет. Жанры приказа характерны также для речевого поведения Воина-вождя, Героя, Короля / Королевы, Святых. Данные жанры реализуют концепты авторитетности и свидетельствуют о доминировании паттерна иерархического поведения речевой личности раннесредневековой Англии. Возможно, для объяснения данного паттерна поведения стоит обратиться к тому факту, что в данную эпоху существовала большая дифференциация канонов поэтической и обыденной речи

[Beechy 2010: 13]. Поэтическая речь строилась по традиционным образцам героического дискурса и императивам героического этоса, для которого была характерна высокая степень директивности и прескриптивности. При утверждении христианства был осуществлен трансфер этих коммуникативных канонов с целью лучшего усвоения христианских идей.

Большинство коммуникативных паттернов поведения восходит к героическому типу культуры. Например, дискурсивная практика словесной перебранки, которая в устной форме моделировала исход битвы на поле боя, имела полижанровую структуру и полностью вписывалась в систему коммуникативных ожиданий ее участников. Другим примером может быть жанр хвалы (похвала и автопохвала), который был впоследствии воспринят христианскими авторами для вознесения хвалы Богу. В речи Бога автопохвала используется как констатация собственных достоинств и свершений, является модуляцией хвалы как неотъемлемого атрибута эпико-героической риторики.

Определенные сюжетные ситуации предписывали определенные коммуникативные реакции, отступление от которых воспринималось как антиценность, даже если принятый в культуре паттерн поведения мог привести к негативному развитию событий. Такой данью традиции явился, например, жанр уступки перед началом боя в древнеанглийской поэме «Битва при Мэддоне», в результате чего враг получил преимущество, решившее исход битвы в его пользу.

С другой стороны, растущее в культуре освоение внутреннего аспекта человеческой личности обусловило закрепление рефлексивного паттерна поведения, репрезентированного жанром плача (в образе Воина, Возлюбленной). Содержательной основой этого типа речевого поведения является тема утраты / разлуки, которая разворачивается в историко-культурном контексте междоусобных войн и кровной вражды. Жанровым пространством актуализации данного типа речевого поведения являлась лирическая поэзия и лирико-героические песни.

Список литературы

- Астафьева Е.А.* Идиолектный антропонимикон как источник изучения языковой личности диалектоносителя: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2017. 24 с.
- Башкова И.В.* Семантическая лингвоперсонология. Отражение авторской картины мира в семантике слов, называющих человека // *Языковая личность: Моделирование, типология, портретирование*. Сибирская лингвоперсонология. Вып. 2. М.: ЛЕНАНД, 2015. С. 51–67.
- Болотнов А.В.* Лингвоперсонология медиатекста (на материале дискурса информационно-медийной личности писателя) // *Языковая личность: Моделирование, типология, портретирование*. Сибирская лингвоперсонология. Вып. 2. М.: ЛЕНАНД, 2015. С. 214–224.

- Голев Н.Д., Напреенко Г.В. Формально-количественное моделирование языковой личности: идентификационный аспект // *Языковая личность: Моделирование, типология, портретирование*. Сибирская лингвоперсонология. Вып. 2. М.: ЛЕНАНД, 2015. С. 76–92.
- Гончарова Е.А. Пути лингвостилистического выражения категорий автор–персонаж в художественном тексте: моногр. Томск: Изд-во Том. ун-та, 1984. 151 с.
- Дементьев В.В. Коммуникативные ценности русской культуры: категория персональности в лексике и прагматике. М.: Глобал Ком, 2013. 336 с. (Серия *Studia Philologica*).
- Дементьев В.В. Теория речевых жанров. М.: Знак, 2010. 600 с.
- Иссерс О.С. Дискурсивная практика: к определению понятия // *Современная речевая коммуникация: новые дискурсивные практики*: моногр. Омск: Изд-во Ом. гос. ун-та, 2011. С. 37–62.
- Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: URSS, 2008. 288 с.
- Карасик В.И. Языковое проявление личности: моногр. М.: Гнозис, 2015. 383 с.
- Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. Изд. 7-е. М.: Изд-во ЛКИ, 2010. 264 с.
- Ким Л.Г. Вариативно-интерпретационное функционирование текста: моногр. Кемерово: Кемер. гос. ун-т, 2012. 272 с.
- Ким Л.Г., Энс Е.С. Образ автора и адресата в инаугурационном дискурсе российских президентов // *Языковая личность: Моделирование, типология, портретирование*. Сибирская лингвоперсонология. Вып. 2. М.: ЛЕНАНД, 2015. С. 106–124.
- Куруленок А.А. О функциональном подходе к описанию звуковых изменений в истории русского языка: лингвоперсонологический аспект // *Языковая личность: Моделирование, типология, портретирование*. Сибирская лингвоперсонология. Вып. 2. М.: ЛЕНАНД, 2015. С. 35–50.
- Курьянович А.В. Лингвоперсонология эпистолярного жанра // *Языковая личность: Моделирование, типология, портретирование*. Сибирская лингвоперсонология. Вып. 2. М.: ЛЕНАНД, 2015. С. 225–241.
- Матюшина И.Г. Перебранка в древнегерманской словесности. М.: РГГУ, 2011. 304 с.
- Мельник Н.В., Нургалева Г.И. Проблемы становления профессиональной языковой личности // *Языковая личность: Моделирование, типология, портретирование*. Сибирская лингвоперсонология. Вып. 2. М.: ЛЕНАНД, 2015. С. 198–203.
- Орлова Н.В. Языковая личность в лингвокультурном измерении: к портрету двадцатилетних // *Языковая личность: Моделирование, типология, портретирование*. Сибирская лингвоперсонология. Вып. 2. М.: ЛЕНАНД, 2015. С. 93–105.
- Прима А.М. Языковая личность автора с позиции гендерологии // *Lingua mobilis*. 2012. № 6 (39). С. 88–91.
- Тамарченко 2004 – Теория литературы: учеб. пособие для студентов вузов: в 2 т. / под ред. Н.Д. Тамарченко. М.: Academia, 2004. Т. 1: Теория художественного дискурса. Теоретическая поэтика. 509 с.
- Туранина Н.А. Языковая личность женщины-писателя сквозь призму афористики // *Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вер-*

- надского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». 2011. Т. 24 (63). № 2. Ч. 1. С. 472–476.
- Фрейденберг О.М. Поэтика сюжета и жанра. М.: Лабиринт, 1997. 448 с.
- Хализев В.Е. Теория литературы. 4-е изд., испр. и доп. М.: Высшая школа, 2004. 405 с.
- Шелепова Л.И. Историческая языковая личность как объект лингвоперсонологии // Языковая личность: Моделирование, типология, портретирование. Сибирская лингвоперсонология. Вып. 2. М.: ЛЕНАНД, 2015. С. 28–34.
- Шкуропацкая М.Г. Толкования псалмов: лингвоперсонологический аспект // Языковая личность: Моделирование, типология, портретирование. Сибирская лингвоперсонология. Вып. 2. М.: ЛЕНАНД, 2015. С. 242–261.
- Щирова И.А., Гончарова Е.А. Многомерность текста: понимание и интерпретация: учеб. пособие. СПб.: Книжный Дом, 2007. 472 с.
- Чурилина Л.Н. Антропоцентризм художественного текста как принцип организации его лексической структуры: дис. ... д-ра филол. наук. СПб., 2002. 513 с.
- Barker C., Galasiński D. *Cultural Studies and Discourse Analysis: A Dialogue on Language and Identity*. Sage Publications Ltd, 2001. 192 p. DOI: 10.1017/S0047404505220067.
- Beechy T. *The Poetics of Old English*. Ashgate, 2010. 142 p.
- Brinton J.L. *Historical Discourse Analysis // The Handbook of Discourse Analysis / Eds. D. Tannen, H.E. Hamilton, D. Schiffrin*. 2nd ed. John Wiley, 2015. P. 222–243. DOI: 10.1002/9781118584194.ch10.
- Gaby A. *Kinship Semantics: Culture in the Lexicon // Advances in Cultural Linguistics / Ed. F. Sharifian*. Springer, 2017. P. 173–183. DOI: 10.1007/978-981-10-4056-6_9.
- Harbus A. *Cognitive Approaches to Old English Poetry*. D.S. Brewer, 2012. 224 p.
- Howe N. *The Cultural Construction of Reading in Anglo-Saxon England // Old English Literature: Critical Essays*. Yale University Press, 2002. P. 1–22.
- Lees A.C. *Didacticism and the Christian Community: The Teachers and the Taught // Old English Literature: Critical Essays*. Yale University Press, 2002. P. 236–270.
- Maschler Y., Schiffrin D. *Discourse Markers: Language, Meaning, and Context // The Handbook of Discourse Analysis / Eds. D. Tannen, H.E. Hamilton, D. Schiffrin*. 2nd ed. John Wiley, 2015. P. 189–221. DOI: 10.1002/9781118584194.ch9.

References

- Astafeva, E.A. (2017), *Idiolektnyi antroponimikon kak istochnik izucheniya yazykovoi lichnosti dialektonositelya* [Idiolectic anthroponymicon as a source for studying the linguistic personality of a dialect carrier], Author's abstract, Tomsk, 24 p. (in Russian).
- Barker, S., Galasiński, D. (2001), *Cultural Studies and Discourse Analysis: A Dialogue on Language and Identity*, Sage Publications Ltd, 192 p. DOI: 10.1017/S0047404505220067.
- Bashkova, I.V. (2015), *Semanticheskaya lingvopersonologiya. Otrazhenie avtorskoi kartiny mira v semantike slov, nazyvayushchikh cheloveka* [Semantic linguopersonology. Reflection of an author's picture of the world in the semantics of words naming a person]. *Yazykovaya lichnost': Modelirovanie, tipologiya, portretirovanie. Sibirskaya lingvopersonologiya* [Language personality: Modeling,

- typology, portraiture. *Siberian Linguopersonology*], Iss. 2, Moscow, LENAND publ., pp. 51-67. (in Russian).
- Beechy, T. (2010), *The Poetics of Old English*, Ashgate, 142 p.
- Bolotnov, A.V. (2015), *Lingvopersonologiya mediateksta (na materiale diskursa informatsionno-mediinoi lichnosti pisatelya)* [Linguopersonology of media text (based on the discourse of the information and media personality of a writer)]. *Yazykovaya lichnost': Modelirovanie, tipologiya, portretirovanie. Sibirskaya lingvopersonologiya* [Language personality: Modeling, typology, portraiture. *Siberian Linguopersonology*], Iss. 2, Moscow, LENAND publ., pp. 214-224. (in Russian).
- Brinton, J.L. (2015), *Historical Discourse Analysis*. Tannen, D., Hamilton, H.E., Schiffrin, D. (Eds.) *The Handbook of Discourse Analysis*, 2nd ed., John Wiley publ., pp. 222-243. DOI: 10.1002/9781118584194.ch10.
- Churilina, L.N. (2002), *Antropotsentrizm khudozhestvennogo teksta kak printsip organizatsii ego leksicheskoi struktury* [Anthropocentrism of a literary text as a principle of organization of its lexical structure], Prof. Thesis, St. Petersburg, 513 p. (in Russian).
- Dement'ev, V.V. (2013), *Kommunikativnye tsennosti russkoi kultury: kategoriya personal'nosti v leksike i pragmatike* [Communicative values of Russian culture: category of personality in vocabulary and pragmatics], Moscow, Global Kom publ., 336 p. (in Russian).
- Dement'ev, V.V. (2010), *Teoriya rechevykh zhanrov* [Theory of Speech Genres], Moscow, Znak publ., 600 p. (in Russian).
- Freidenberg, O.M. (1997), *Poetika syuzheta i zhanra* [Poetics of plot and genre], Moscow, Labirint publ., 448 p. (in Russian).
- Gaby, A. (2017), Kinship Semantics: Culture in the Lexicon. Sharifian, F. (Ed.) *Advances in Cultural Linguistics*, Springer, pp. 173-183. DOI: 10.1007/978-981-10-4056-6_9.
- Golev, N.D., Napreenko, G.V. (2015), *Formal'no-kolichestvennoe modelirovanie yazykovoi lichnosti: identifikatsionnyi aspekt* [Formal and quantitative modeling of a linguistic personality: an identification aspect]. *Yazykovaya lichnost': Modelirovanie, tipologiya, portretirovanie. Sibirskaya lingvopersonologiya* [Language personality: Modeling, typology, portraiture. *Siberian Linguopersonology*], Iss. 2, Moscow, LENAND publ., pp. 76-92. (in Russian).
- Goncharova, E.A. (1984), *Puti lingvisticheskogo vyrazheniya kategorii avtor – personazh v khudozhestvennom tekste* [Ways of linguistic-stylistic expression of categories author – character in a literary text], Monograph, Tomsk, Tomsk University publ., 151 p. (in Russian).
- Harbus, A. (2012), *Cognitive Approaches to Old English Poetry*, D.S. Brewer, 211 p.
- Howe, N. (2002), *The Cultural Construction of Reading in Anglo-Saxon England. Old English Literature*, Critical Essays, Yale University Press, pp. 1-22.
- Issers, O.S. (2011), *Diskursivnaya praktika: k opredeleniyu ponyatiya* [Discursive practice: to the definition of a concept]. *Sovremennaya rechevaya kommunikatsiya: novye diskursivnye praktiki* [Contemporary Speech Communication: New Discursive Practices], Monograph, Omsk, Omsk State University publ., pp. 37-62. (in Russian).

- Issers, O.S. (2008), *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoi rechi* [Communicative strategies and tactics of Russian speech], Moscow, URSS publ., 288 p. (in Russian).
- Karasik, V.I. (2015), *Yazykovoe proyavlenie lichnosti* [Linguistic manifestation of personality], Moscow, Gnozis publ., 383 p. (in Russian).
- Karaulov, Yu.N. (2010), *Russkii yazyk i yazykovaya lichnost'* [Russian language and language personality], Moscow, LKI publ., 264 p. (in Russian).
- Khalizev, V.E. (2004), *Teoriya literatury* [Theory of literature], 4th ed., Moscow, Vysshaya shkola publ., 405 p. (in Russian).
- Kim, L.G. (2012), *Variativno-interpretatsionnoe funktsionirovanie teksta* [Variable-interpretative text functioning], Monograph, Kemerovo, Kemerovo State University publ., 272 p. (in Russian).
- Kim, L.G., Ens, E.S. (2015), *Obraz avtora i adresata v inauguratsionnom diskurse rossiiskih prezidentov* [The image of the author and addressee in the inaugural discourse of Russian Presidents]. *Yazykovaya lichnost': Modelirovanie, tipologiya, portretirovanie. Sibirskaya lingvopersonologiya* [Language personality: Modeling, typology, portraiture. Siberian Linguopersonology], Iss. 2, Moscow, LENAND publ., pp. 106-124. (in Russian).
- Kurulenok, A.A. (2015), *O funktsional'nom podkhode k opisaniyu zvukovykh izmenenii v istorii russkogo yazyka: lingvopersonologicheskii aspekt* [On a functional approach to the description of sound changes in the history of the Russian language: linguopersonological aspect]. *Yazykovaya lichnost': Modelirovanie, tipologiya, portretirovanie. Sibirskaya lingvopersonologiya* [Language personality: Modeling, typology, portraiture. Siberian Linguopersonology], Iss. 2, Moscow, LENAND publ., pp. 35-50. (in Russian).
- Kur'yanovich, A.V. (2015), *Lingvopersonologiya epistolyarnogo zhanra* [Linguopersonology of the epistolary genre]. *Yazykovaya lichnost': Modelirovanie, tipologiya, portretirovanie. Sibirskaya lingvopersonologiya* [Language personality: Modeling, typology, portraiture. Siberian Linguopersonology], Iss. 2, Moscow, LENAND publ., pp. 225-241. (in Russian).
- Lees, A.C. (2002), *Didacticism and the Christian Community: The Teachers and the Taught. Old English Literature*, Critical Essays, Yale University Press, 2002, pp. 236-270.
- Maschler, Y., Schiffrin, D. (2015), *Discourse Markers: Language, Meaning, and Context*. Tannen, D., Hamilton, H.E., Schiffrin, D. (Eds.) *The Handbook of Discourse Analysis*, 2nd ed., John Wiley publ., pp. 189-221. DOI: 10.1002/9781118584194.ch9.
- Matyushina, I.G. (2011), *Perebranka v drevnegermanskoi slovesnosti* [Hassle in Old German Literature], Moscow, RSUH publ., 304 p. (in Russian).
- Mel'nik, N.V., Nurgaleeva, G.I. (2015), *Problemy stanovleniya professional'noi yazykovoi lichnosti* [Problems of becoming a professional linguistic personality]. *Yazykovaya lichnost': Modelirovanie, tipologiya, portretirovanie. Sibirskaya lingvopersonologiya* [Language personality: Modeling, typology, portraiture. Siberian Linguopersonology], Iss. 2, Moscow, LENAND publ., pp. 198-203. (in Russian).
- Orlova, N.V. (2015), *Yazykovaya lichnost' v lingvokul'turnom izmerenii: k portretu dvadtsatiletnikh* [Linguistic personality in the linguistic-cultural dimension: to the portrait of twenty-year olds]. *Yazykovaya lichnost': Modelirovanie, tipolo-*

- giya, portretirovanie. Sibirskaya lingvopersonologiya* [Language personality: Modeling, typology, portraiture. Siberian Linguopersonology], Iss. 2, Moscow, LENAND publ., pp. 93-105. (in Russian).
- Prima, A.M. (2012), Language personality author from the position genderology. *Lingua mobilis*, No. 6 (39), pp. 88-91. (in Russian).
- Shchirova, I.A., Goncharova, E.A. (2007), *Mnogomernost' teksta: ponimanie i interpretatsiya* [Multidimensionality of the text: understanding and interpretation], St. Petersburg, Knizhnyi Dom publ., 472 p. (in Russian).
- Shelepova, L.I. (2015), Istoricheskaya yazykovaya lichnost' kak obyekt lingvopersonologii [Historical linguistic personality as an object of linguopersonology]. *Yazykovaya lichnost': Modelirovanie, tipologiya, portretirovanie. Sibirskaya lingvopersonologiya* [Language personality: Modeling, typology, portraiture. Siberian Linguopersonology], Iss. 2, Moscow, LENAND publ., pp. 28-34. (in Russian).
- Shkuropatskaya, M.G. (2015), Tolkovaniya psalmov: lingvopersonologicheskii aspekt [Interpretations of the psalms: linguistic-personal aspect]. *Yazykovaya lichnost': Modelirovanie, tipologiya, portretirovanie. Sibirskaya lingvopersonologiya* [Language personality: Modeling, typology, portraiture. Siberian Linguopersonology], Iss. 2, Moscow, LENAND publ., pp. 242-261. (in Russian).
- Tamarchenko, N.D. (Ed.) (2004), *Teoriya literatury* [Theory of literature], in 2 volumes, Moscow, Academia publ., Vol. 1: Teoriya khudozhestvennogo diskursa. Teoreticheskaya poetika [Theory of artistic discourse. Theoretical poetics], 509 p. (in Russian).
- Turanina, N.A. (2011), Linguistic identity, women writers through the prism of aphoristics. *Uchenye zapiski Tavricheskogo Natsionalnogo Universiteta im. V.I. Vernadskogo. Series "Filology. Social communicatios"*, 2011, Vol. 24 (63), no. 2, pt. 1, pp. 472-476. (in Russian).

COMMUNICATIVE PATTERNS OF OLD ENGLISH POETIC CULTURE (BASED ON THE ANALYSIS OF LITERARY IMAGES OF OLD ENGLISH POETRY)

O.V. Tomberg

*Ural Federal University named after First President of Russia B.N. Yeltsin
(Yekaterinburg, Russia)*

Abstract: The article presents a research into communicative behavior of Old English poetic characters. The aim of the research is a reconstruction of communicative patterns of behavior based on its speech embodiment. The research applies genre and stylistic pragmatic methods of analyzing speech behavior alongside with the method of plot and motive research and linguocultural analysis. The research material are speech extracts of characters that represent the key images of Old English literature. The richest genre palette is characteristic of the images of God and Enemy. It can be explained by the cultural and historical factors as well as didactic purposes. The images of the Warrior, Hero and King manifest a formulaic type of speech behavior with an imperative marking. Lyrical genres give rise to reflexive pattern of behavior that is represented by a genre of lament. The

most common speech genres are order and request. It signifies a hierarchical type of Old English poetic communication. In general, it is possible to reveal sustainability of heroic types of behavior and their transfer to later religious genres. Some speech genres and discursive practices (a boast, flyting) undergo a certain transformation while being transferred to other images. The article also analyzes pragmatic and stylistic markers of each type of speech behavior.

Key words: speech behavior, communicative pattern, discursive practice, artistic image, speech genre.

For citation:

Tomberg, O.V. (2020), Communicative patterns of Old English poetic culture (based on the analysis of literary images of Old English poetry). *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 3, pp. 659-682. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(3).659-682. (in Russian).

About the author:

Tomberg, Olga Vitalievna, Prof., Associate Professor of the Department of Linguistics and Professional Communication in Foreign Languages

Corresponding author:

Postal address: 19, Mira ul., Yekaterinburg, 620002, Russia

E-mail: olgatomberg@yandex.ru

Received: March 21, 2020

Revised: March 23, 2020

Accepted: August 13, 2020

Раздел IV

КОММУНИКАТИВНАЯ ДИДАКТИКА





Part IV

COMMUNICATIVE DIDACTICS

РАЗРАБОТКА ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ В МОДУЛЬНОЙ ОБЪЕКТНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ СРЕДЕ

Ю.А. Здоронок

Белорусский национальный технический университет (Минск, Беларусь)

Аннотация: Успешное восприятие и прочное усвоение информации происходит тогда, когда она подана в системе последовательных модулей или блоков (порционно), где все элементы и моменты изучаемого предмета взаимосвязаны друг с другом в прочную систему, для постижения которой необходимо понимание, а не заучивание. Сведение предлагаемых, приобретаемых и проверяемых знаний в единый образовательный ресурс, который предписывает четкое выполнение действий, возможно в Moodle – модульной объектно-ориентированной динамической обучающей среде. Четкое выполнение действий подразумевает собой предписание или инструкцию, рамки представления которой ограничены интерфейсом электронного устройства, непосредственно находящегося в диалоговом режиме с пользователем, т. е. человеком. Таким образом, можно говорить о таких значимых структурных единицах обучающего сценария учебного курса как об обучающих кадрах, выполняющих минимальную методическую нагрузку в гипертекстовом пространстве. В статье внимание акцентируется на контрольной методической нагрузке обучающихся кадров в представленном фрагменте сценария, который нацелен на закрепление приобретаемых знаний посредством контроля и самоконтроля. Разработка электронного обучающего ресурса «Профессиональная лексика (на английском языке)», размещенного в системе управления обучением Moodle, позволила кардинально расширить сектор самостоятельной работы студента в сети за счет характерных для используемой системы тестовых заданий, упражнений и методических приемов, которые использовались при создании обучающего электронного ресурса, так как коммуникативная компетенция, на которую должен быть в конечном счете ориентирован процесс обучения иностранному языку, нуждается в достижении высокой результативности в короткие сроки обучения.

Ключевые слова: модульная объектно-ориентированная среда, система управления обучением, контроль, самоконтроль.

Для цитирования:

Здоронок Ю.А. Разработка тестовых заданий в модульной объектно-ориентированной среде // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 3. С. 685–700. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(3).685-700.

Сведения об авторе:

Здоронюк Юлия Александровна, преподаватель кафедры «Межкультурная профессиональная коммуникация»

Контактная информация:

Почтовый адрес: 220013, Беларусь, Минск, пр. Независимости, 65

E-mail: yuliyazdaranok@gmail.com

Дата поступления статьи: 29.11.2019

Дата рецензирования: 27.01.2020

Дата принятия в печать: 13.08.2020

Введение

Для общества и отдельного человека имеет значение любой его поступок. Поступок рождает привычку, привычка рождает характер, характер определяет судьбу. Преподаватель обучает и направляет обучаемых по тому руслу, как самостоятельно научиться управлять учебной деятельностью, преодолевать собственную посредственность, грамотно выстраивать собственное мышление и быть ответственным.

Самоконтролем называют способность человека осознанно регулировать паттерны своего поведения и деятельности для обеспечения соответствия результатов поставленной цели, требованиям, нормам, правилам. Сущность самоконтроля заключается в обеспечении «внутренней обратной связи» [Болонский 1979], которая осуществляется за счет «рефлексии, т. е. за счет умения смотреть на самого себя как бы со стороны, глазами другого человека, общества, контролировать свои собственные действия под углом зрения внутренней логики» [Полежаев 2000].

Овладевая умением управлять собой и прогнозировать результат своей учебной деятельности, изучающие иностранный язык приобретают способность брать на себя всё большую ответственность, которой поначалу был обременен преподаватель. В результате этого учебная деятельность обучаемого наполняется личностным смыслом, повышается его социальная значимость, формируется уверенность в своих силах, что позволяет реализовать свой творческий потенциал и, как результат, возрастает его креативное мыслетворчество. Обучаемый активно совершенствует самого себя и свою познавательную деятельность, поэтому самоответственность и самостоятельность обучаемого становится важнейшим компонентом учебного процесса.

Цель статьи заключается в создании последовательного и четкого предписания обучающих действий, организующих самостоятельную работу изучающих иностранный язык в системе управления обучением Moodle. В результате соблюдения и выполнения алгоритма взаимодействия с электронной образовательной средой регулируются поведенческие

паттерны обучаемого, а также формируется личность студента, системно овладевающая знаниями в контексте последовательно предъявляемых обучающих кадров.

Основная часть

Обзор научной литературы проведен на основе анализа работ В.П. Тихомирова [Тихомиров 2010], А.В. Хуторского [Хуторской 1999], М. Розенберга [Rosenberg 2001], А.В. Соловова [Соловов 2002], М. Керреца [Kerres 2009]. В данных исследованиях рассматривается электронное обучение, в отношении которого авторы предлагают большое количество определений. Единой точкой согласования разнящихся точек зрения является то, что электронное обучение – это богатая учебная среда, организованная через сеть «Интернет» с использованием систем управления обучением, в которых организован доступ обучающихся к учебным курсам и осуществляется оперативный контроль над процессом обучения с целью достижения лучших результатов в образовательной сфере. Системы управления обучением состоят из ряда взаимосвязанных между собой компонентов и средств хранения данных и знаний, которые осуществляют переход от системы управления данными к системе управления знаниями.

Система управления обучением (learning management system, LMS) определяется как программное обеспечение, программный продукт или интернет-технология, которая используется для планирования, организации и оценки отдельно взятого процесса обучения. В состав системы, как правило, входят различного рода индивидуальные задания, проекты для работы в малых группах и учебные элементы для всех студентов, основанные как на содержательной компоненте, так и на коммуникативной [Ellis 2009].

Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment – модульная объектно-ориентированная динамическая обучающая среда) представляет собой автоматизированную, основанную на компьютерных и интернет-технологиях систему управления обучением и обладает рядом преимуществ в современной системе образования перед другими средами и плюсом для тех, кто желает создать свой курс [Гильмутдинов, Ибрагимов, Цивильский 2009: 55].

Определяя доступность программного обеспечения с открытым кодом из списка возможно подходящего программного обеспечения к разного рода функциональным, нефункциональным изменениям и изменениям по запросу пользователя, С. Граф и Б. Лист выяснили, что обучающая среда Moodle обладает наилучшими результатами в отношении общей функциональности, а также проблем адаптации и, следовательно, считается наиболее подходящей системой для всевозможных расширений и модификаций [Graf, List 2005: 164].

С дидактической точки зрения возможности среды Moodle заключаются в том, что при погружении в структурные компоненты среды про-

исходит положительное воздействие на развитие таких качеств человека, как системное научное мышление, конструктивное мышление, развитое воображение, развитая интуиция и вариативность мышления, так как виртуальное образовательное пространство университета «фундирует» становление личности в коммуникативном, социально-утилитарном, когнитивном, креативном плане [Абламейко 2010; Галынский 2008; Позняк, Галынский, Шваркова 2010; Самохвал 2008; Кисель и др. 2007; Шваркова, Позняк, Галынский 2012].

Материал в визуальной учебной среде Moodle подается в последовательности изучения и абсолютен, когда справка из других источников является излишней, потому что полученные знания найдут свое подтверждение на практике. В результате успешность обучения, знание или незнание изученного материала, владение или невладение лингвоакустическими ресурсами полностью зависит от самого обучаемого.

Лингвоакустические ресурсы – это ресурсы для практического применения, которым присущи такие характеристики, как наличие акустического компонента, компьютерная форма представления и прикладное использование [Дубровская, Курчева, Ленгинович 2017: 64]. В руках опытного специалиста в области проектирования, создания компьютерных программ и преподавания иностранных языков, т. е. прикладного лингвиста, лингвистические ресурсы становятся важным компонентом обучающих языковых программ. Существенной особенностью обучающих языковых программ является интерактивность – активное взаимодействие пользователя со средой, нацеленное на качественное изменение знаний пользователя, так как интерактивная образовательная среда требует непосредственной ответной реакции на информацию, находящуюся в контексте предыдущих событий.

Таким образом, задача обучения лингвоакустическим ресурсам в электронной образовательной среде была сформулирована следующим образом: создать сценарий обучения самоконтролю приобретаемых и усвоенных знаний в системе управления обучением Moodle.

А.В. и И.И. Зубовы дают следующее определение обучающего сценария и обучающего кадра:

«Обучающий сценарий – это модель процесса обучения, опирающаяся на некоторый набор правил, упражнений и определенный метод обучения и представленная в виде последовательности обучающих кадров. Обычно сценарий представляется в виде диалога обучаемого с компьютером.

Обучающий кадр – это минимальный фрагмент обучающего сценария, несущий определенную методическую нагрузку: информационную, контрольную, выдачи заданий, обратную связь с обучаемым. Существуют различные подходы к классификации кадров. В общем случае выделяют два типа кадров: основные и вспомогательные» [Зубов, Зубова 2009: 23].

Для построения сценария может приниматься эмпирический подход, который основывается на профессиональных и общих знаниях каждого преподавателя. В силу различия опыта и профессионального сознания преподавателей «порядок предъявления заданий в сценарии, их формулировки и ответы на задания для одной и той же темы могут значительно отличаться друг от друга» [Зубов, Зубова 2009: 77].

Кроме эмпирического подхода «в процессе моделирования будущих действий обучаемых в ходе решения конкретной задачи на компьютере можно использовать теоретический» [Зубов, Зубова 2009: 22] подход, который определяет будущие обучающие действия с помощью специальных принципов, выработанных в процессе теоретического исследования различных методов обучения языкам.

Данные принципы могут представлять собой систему определенных предписаний о способе реализации данного предметного материала и содержать: 1) лингвоакустический материал, разделенный на теоретические и практические задания; 2) описание метода выполнения действий обучаемого посредством основных обучающих и вспомогательных обучающих кадров, к которым относятся информационные, операционные, обратной связи, контрольные, информирующие, иллюстрирующие, директивные, кадры разрядки, результирующие кадры, выдаваемые на экран в зависимости от ответов или действий студентов. Последовательность предъявляемых кадров имеет нумерацию с указанием действующего лица – компьютера или обучаемого, а материал для практического использования структурируется и продумывается заранее.

Приведем некоторые примеры заданий для самостоятельной работы:

1. УСТАНОВИТЕ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ РЕПЛИК В ДИАЛОГЕ:

A. What exactly is the matter?

B. How strange! You've got the receipt, haven't you?

C. I'm phoning about television I bought from you last week. I'm afraid there is something wrong with it.

D. When I switched it on the first time the picture was fine but there was no sound. I turned it off and checked the aerial. Then I turned it on again and this time the sound was all right, but there was no picture.

E. Yes, but isn't it disgraceful to sell things that don't work properly?

F. Don't worry. Such things do happen. I'll send you the technician to have a look at it as soon as he's finished with a customer.

2. ДОПОЛНИТЕ ДИАЛОГ:

~~We're just looking, thanks.~~

Never mind.

Let me have a look.

That's great.

Can I take a message?

B Can I help you?

A No, it's OK. (1) *We're just looking thanks.*

A We're getting married next month.

B Wow! (2) Congratulations.

A Could I speak to Sheila, please?

B Sorry, she's not in her office. (3)

A I'm afraid I can't come to the gym with you today.

B (4) Let's go another time.

A Excuse me. This mobile phone isn't working.

B I'm sorry. (5)

3. ВЫБЕРИТЕ ПОДХОДЯЩЕЕ СЛОВО ПО СМЫСЛУ:

1. Do you like Wana? No I don't. He's *awful* / *lovely*.

2. Mike's garden is *wonderful* / *horrible*. It has some beautiful fruit trees in it.

3. Oh dear! These shoes are *fabulous* / *awful*, but they're very expensive.

4. Is your town nice? Yes, it's *great* / *terrible*.

5. She studies really hard, but her English is *excellent* / *awful*.

6. This coffee is *lovely* / *horrible* – I can't drink it.

7. I like your new sofa – it's a *terrible* / *great* colour.

8. Her house is *awful* / *amazing*! It's beautiful and it has an indoor swimming pool.

4. ЗАПОЛНИТЕ ПРОПУСКИ СООТВЕТСТВУЮЩИМИ ПРЕДЛОГАМИ *at*, *on* или *in*.

1. Where's your brother? – He's at work.

2. He can't talk now. He's bed.

3. Hi dad. I'm my way home.

4. They learn Italian and French school.

5. They're going holiday for two months.

6. Where are you? – We're waiting the bus stop.

7. Kim's going the train to Washington D.C.

8. What are you studying university?

9. Please take a seat my office.

10. Sorry, I'm busy the moment.

При изучении иностранного языка с помощью компьютерной обучающей языковой программы предполагается прежде всего моделирование языковой среды, которая базируется на построении функциональной

модели, т. е. модели речевого поведения, которую обучаемый наблюдает, в которой как бы общается с носителями языка, когда познает язык и культуру страны. Кроме того, функциональные опоры обладают большой наглядностью, дают понятное и точное предписание человеку совершить последовательность действий, которая направлена на достижение указанной цели или на решение поставленной задачи, поэтому они являются более эффективным средством усвоения знаний.

Опираясь на разработанные функциональные схемы, модели и описание способа выполнения действия, студент может самостоятельно проверить уровень знаний, умений и навыков по данной теме с помощью тестовых заданий. В основном это задания закрытой формы (с выбором одного правильного ответа из предложенных альтернативных вариантов), а также задания на установление последовательности, выбор пропущенных / подходящих слов, заполнение пропусков, на установление верных соответствий между элементами двух предлагаемых множеств.

Приведем фрагмент предлагаемого нами обучающего сценария:

<...>

12. ПК: Установите последовательность реплик в диалоге:

A. What exactly is the matter?

B. How strange! You've got the receipt, haven't you?

C. I'm phoning about television I bought from you last week. I'm afraid there is something wrong with it.

D. When I switched it on the first time the picture was fine but there was no sound. I turned it off and checked the aerial. Then I turned it on again and this time the sound was all right, but there was no picture.

E. Yes, but isn't it disgraceful to sell things that don't work properly?

F. Don't worry. Such things do happen. I'll send you the technician to have a look at it as soon as he's finished with a customer.

ПК (запоминает количество реплик, а также правильную последовательность расположения реплик)

Студент: **C.** I'm phoning about television I bought from you last week. I'm afraid there is something wrong with it.

A. What exactly is the matter?

E. Yes, but isn't it disgraceful to sell things that don't work properly?

D. When I switched it on the first time the picture was fine but there was no sound. I turned it off and checked the aerial. Then I turned it on again and this time the sound was all right, but there was no picture.

B. How strange! You've got the receipt, haven't you?

F. Don't worry. Such things do happen. I'll send you the technician to have a look at it as soon as he's finished with a customer. → к кадру 14. Если допущена ошибка → 13.

13. ПК: Неверно!

ПК (фиксирует, что дан неверный ответ, возвращает к кадру 2, затем – к 12)

14. ПК: Верно! Очень хорошо!

ПК (фиксирует, что дан правильный ответ)

15. ПК: Дополните диалог репликами из выпадающего списка:

B Can I help you? *We're just looking thanks.*

A No, it's OK. (1)

A We're getting married next month.

B Wow! (2) Congratulations.

A Could I speak to Sheila, please?

B Sorry, she's not in her office. (3)

A I'm afraid I can't come to the gym with you today.

B (4) Let's go another time.

A Excuse me. This mobile phone isn't working.

B I'm sorry. (5)

ПК (запоминает количество реплик из выпадающего списка, а также правильную последовательность расположения реплик)

Студент:

B Can I help you? *We're just looking thanks.*

A No, it's OK. (1)

A We're getting married next month.

B Wow! (2) *That's great.* Congratulations.

A Could I speak to Sheila, please?

B Sorry, she's not in her office. (3) *Can I take a message?*

A I'm afraid I can't come to the gym with you today.

B (4) *Never mind.* Let's go another time.

A Excuse me. This mobile phone isn't working.

B I'm sorry. (5) *Let me have a look.*

→ к кадру 18. Если допущена ошибка → 16.

16. ПК: Неверно!

ПК (фиксирует неверный ответ, возвращает к кадру 2, затем – к кадру 15. Если после двух вариантов к правилу учащийся ошибается, то ПК

высвечивает на экран дисплея только те реплики, в которых были допущены ошибки, давая возможность внести правильный вариант. В том случае, если и на этот раз учащийся не справляется с заданием, компьютер показывает правильный ответ)

17. Компьютер: Запомните, какие реплики следует употребить в диалогических единствах. Для этого необходимо более основательно проработать учебный материал. Вернитесь к пройденной теме!

18. Компьютер: Верно!

Компьютер (фиксирует верный ответ)

<...>

На заключительном этапе на основе сценария программистом разрабатывается программа на каком-либо машинном языке. Однако «преподаватель должен представлять, каким инструментарием пользуется программист и какие трудности ожидают его на пути создания логической программы» [Гончаров 2011: 82]. В нашем случае автором и программистом разрабатываемой программы является сам преподаватель, и по его задумке представленный выше фрагмент сценария реализуется в электронном виде в модульной среде Moodle так, как это представлено на рис. 1, 2.

Вопрос 1
Неверно
Баллов: 0,00 из 1,00
Отметить вопрос
Редактировать вопрос

УСТАНОВИТЕ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ РЕПЛИК В ДИАЛОГЕ:

A. What exactly is the matter?
B. How strange! You've got the receipt, haven't you?
C. I'm phoning about television I bought from you last week. I'm afraid there is something wrong with it.
D. When I switched it on the first time the picture was fine but there was no sound. I turned it off and checked the aerial. Then I turned it on again and this time the sound was all right, but there was no picture.
E. Yes, but isn't it disgraceful to sell things that don't work properly?
F. Don't worry. Such things do happen. I'll send you the technician to have a look at it as soon as he's finished with a customer.

Выберите один ответ:

a. CFADBE ✘ Неверно!
 b. CBEFAD
 c. CADBEF
 d. CADFEB

Ваш ответ неправильный.
Правильный ответ: CADBEF

Рис. 1. Задание закрытой формы (множественный выбор)

Вопрос 2
Неверно
Баллов: 0,00 из 1,00
Отметить вопрос
Редактировать вопрос

ДОПОЛНИТЕ ДИАЛОГ:

B Can I help you? ❌

A No, it's OK.

A We're getting married next month.

B Wow! ❌ Congratulations.

A Could I speak to Sheila, please?

B Sorry, she's not in her office. ❌

A I'm afraid I can't come to the gym with you today.

B ❌ Let's go another time.

A Excuse me. This mobile phone isn't working.

B I'm sorry. ❌

Ваш ответ неправильный.

Верный ответ:

ДОПОЛНИТЕ ДИАЛОГ:

B Can I help you? [We're just looking thanks.]

A No, it's OK.

A We're getting married next month.

B Wow! [That's great.] Congratulations.

A Could I speak to Sheila, please?

B Sorry, she's not in her office. [Can I take a message?]

A I'm afraid I can't come to the gym with you today.

B [Never mind.] Let's go another time.

A Excuse me. This mobile phone isn't working.

B I'm sorry. [Let me have a look.]

Рис. 2. Задание закрытой формы
(множественный выбор из выпадающего списка)

Задания, выполненные в среде Moodle, обеспечивают гибкость процесса обучения, а также доступность и варьирование всех необходимых средств контроля на протяжении всего курса обучения в виде итогового или промежуточного контроля.

Возможности создания тестовых заданий в системе управления обучением Moodle велики. Опционально существуют два варианта работы с учебным элементом «Тест». Первый вариант является относительно емким, так как требует больших временных затрат на подготовку материала, или же создание новых вопросов по изучаемой теме происходит в режиме «здесь и сейчас». Второй вариант ограничивается элементарным добавлением подходящих вопросов из уже существующего банка вопросов. Создаваемые и хранящиеся в базе данных вопросы могут быть использованы для проведения разных форм контроля: предварительного, текущего и заключительного. Любые изменения, т. е. добавление или удаление вопроса, в учебном элементе «Тест» возможны при условии невыполнения или «непрохождения» созданного теста учащимся. Редактирование или изменение в пределах одного вопроса возможно и после прохождения теста. Также «умной» системой предусмотрена возможность тематической систематизации создаваемых и хранящихся вопросов непосредственно в банке вопросов. Это облегчает работу с самой системой, обеспечивая естественный обзор имеющихся данных для последующего их использования при создании тестов как по отдельным темам курса, так и по всему курсу целиком.

Таким образом, представленный фрагмент сценария и компьютерной программы изучения конкретной ситуационной темы на иностранном языке позволяет эффективно управлять познавательной деятельностью студентов, решать определенные лингводидактические задачи, так как деятельность студента целиком зависит от такой черты характера, как самостоятельность, способность организовывать и реализовывать собственную деятельность без сторонней помощи преподавателя, который направляет учащегося в процессе овладения иностранным языком.

Заключение

Активное использование среды Moodle помогает студенту организовать собственный процесс обучения, так как успешный специалист кроме хорошего владения теоретическими знаниями должен обладать самостоятельным мышлением и ответственностью. «Умная» модульная объектно-ориентированная обучающая среда предоставляет студенту возможность управлять собственным обучением по овладению иноязычно-речевой компетенцией, оценивая полученные знания посредством контроля и самоконтроля.

Активное использование системы Moodle преподавателем позволяет моделировать учебный процесс и создавать учебные пособия, которые не являются электронным вариантом традиционного обучения с прежни-

ми классическими формами занятий на бумажном носителе, так как представленный систематизированный материал соответствует критерию избыточности, что исключает справку из других источников и сокращает сроки обучения. В результате полученные знания находят свое подтверждение на практике. Здесь важной является личность преподавателя, который формирует мыслительный процесс обучаемого, представляя достоверную информацию о сути вещей. Обладать системными знаниями – это неотъемлемая составляющая преподавателя нового поколения.

Список литературы

- Абламейко С.В.* Структура виртуального образовательного пространства современного университета // Информатизация образования – 2010: педагогические аспекты создания информационно-образовательной среды: материалы междунар. науч. конф., 27–30 окт. 2010 г. Минск: БГУ, 2010. С. 14–19.
- Болонский П.П.* Самоконтроль и усвоение // Болонский П.П. Избр. пед. и психол. произведения: в 2 т. М., 1979. Т. 2. С. 62–65.
- Галынский В.М.* Инновационная методика разработки компьютерных учебно-методических комплексов в системе Moodle // Информатизация образования – 2008: интеграция информационных и педагогических технологий: материалы междунар. науч. конф. (Минск, 22–25 окт. 2008 г.). Минск: БГУ, 2008. С. 95–98.
- Гильмутдинов А.Х., Ибрагимов Р.А., Цивильский И.В.* Электронное образование на платформе Moodle. Казань: Изд-во КГУ, 2009. 186 с.
- Гончаров В.И.* Орфография русского языка в алгоритмах. Киев, 2011. 182 с.
- Дубровская Е.В., Курчева Е.П., Ленинович М.Г.* Лингвоакустические ресурсы: понятие, сущность, классификация, назначение // Лингвистика, лингводидактика, лингвокультурология: актуальные вопросы и перспективы развития: материалы I Респ. науч.-практ. конф. с междунар. участием (Минск, 23–24 февр. 2017 г.). Минск, 2017. С. 62–68.
- Зубов А.В., Зубова И.И.* Методика применения информационных технологий в обучении иностранным языкам: учеб. пособие. М.: Академия, 2009. 140 с.
- Кисель Н.К., Гаркун А.С., Галынский В.М., Позняк Ю.В., Шваркова Г.Г.* Механизмы формирования культуры личности обучающегося в контексте современного образовательного процесса // Трансформация мировоззрения в современном транзитивном обществе: материалы междунар. науч. конф. (23 нояб. 2007). Минск: БГПУ, 2007. С. 269–271.
- Позняк Ю.В., Галынский В.М., Шваркова Г.Г.* Опыт использования LMS Moodle в университетских образовательных практиках // Информатизация образования – 2010: педагогические аспекты создания информационно-образовательной среды: материалы междунар. науч. конф. (Минск, 27–30 окт. 2010 г.). Минск: БГУ, 2010. С. 383–385.
- Полежаев Д.В.* Ментальность личности и внутренние механизмы динамики социальной направленности // *Credo*. 2000. № 2 (20). URL: <http://credonew.ru/content/view/173/25/> (дата обращения: 02.12.2019).
- Самохвал В.В., Позняк Ю.В., Шваркова Г.Г.* Компьютерные учебно-методические комплексы учебного заведения на базе СДО Moodle // Информатизация об-

разования – 2008: интеграция информационных и педагогических технологий: материалы междунар. науч. конф. (Минск, 22–25 окт. 2008 г.). Минск: БГУ, 2008. С. 466–471.

Соловов А.В. Дидактический анализ проблематики электронного обучения // IEEE International Conference on Advanced Learning Technologies: тр. междунар. конф. (Казань, 9–12 сент. 2002 г.). Казань: КГТУ, 2002. С. 212–216.

Тихомиров В.П. Без электронного образования инновации невозможны // Профессиональное образование. Столица. 2010. № 8. С. 19–23.

Хуторской А.В. Концепция дистанционного обучения // Дистанционное и виртуальное обучение: Дайджест российской и зарубежной прессы. 1999. № 4. С. 21–22.

Шваркова Г.Г., Позняк Ю.В., Галынский В.М. Модель организации и доставки контента в виртуальном образовательном пространстве // Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса государств – участников СНГ: сб. докл. Междунар. интернет-конф. (Минск, 1–30 нояб. 2012 г.). Минск: БГУ, 2012. С. 183–189.

Ellis 2009 – A Field Guide to Learning Management Systems / ed. R.K. Ellis; Learning Circuits. ASTD Inc., 2009. 7 p. URL: https://web.csulb.edu/~arezaei/ETEC551/web/LMS_fieldguide_20091.pdf (дата обращения: 03.11.2018).

Graf S., List B. An evaluation of open source e-learning platforms stressing adaptation issues // Fifth IEEE International Conference on Advanced Learning Technologies (ICALT'05) (5-8 July 2005, Kaohsiung, Taiwan) / Eds. P. Goodyear, D.G. Sampson, D. Jin-Tan Yang, Kinshuk, Toshio Okamoto, R. Hartley, Nian-Shing Chen. Los Alamitos, CA; Washington; Brussels; Tokyo: IEEE, 2005. P. 163–165. DOI: 10.1109/ICALT.2005.54.

Kerres M. Mediendidaktik. Konzeption und Entwicklung mediengestützter Lernangebote. 5. Aufl. Berlin: de Gruyter Oldenbourg, 2018. 543 s.

Rosenberg M. E-Learning: Strategies for Delivering Knowledge in the Digital Age. New York: McGraw Hill, 2001. 344 p.

References

Ablameiko, S.V. (2010), Struktura virtual'nogo obrazovatel'nogo prostranstva sovremennogo universiteta [The structure of the virtual educational space of a modern university]. *Informatizatsiya obrazovaniya – 2010: pedagogicheskie aspekty sozdaniya informatsionno-obrazovatel'noi sredy* [Informatization of education – 2010: pedagogical aspects of creating an information and educational environment], International conference proceedings, October 27-30, 2010, Minsk, Belarusian State University publ., pp. 14-19. (in Russian).

Bolonskii, P.P. (1979), Samokontrol' i usvoenie [Self-control and uptake of content]. Bolonskii, P.P. *Selected pedagogical and psychological works*, in 2 volumes, Moscow, Vol. 2, pp. 62-65. (in Russian).

Ellis, R.K. (Ed.) (2009), *A Field Guide to Learning Management Systems*, Learning Circuits, ASTD Inc., 7 p., available at: https://web.csulb.edu/~arezaei/ETEC551/web/LMS_fieldguide_20091.pdf (accessed date: November 3, 2018).

Dubrovskaya, E.V., Kurcheva, E.P., Lenginovich, M.G. (2017), Lingvoakusticheskie resursy: ponyatie, sushchnost', klassifikatsiya, naznachenie [Linguistic resources:

- concept, essence, classification, purpose]. *Lingvistika, lingvodidaktika, lingvokul'turologiya: aktual'nye voprosy i perspektivy razvitiya* [Linguistics, linguodidactics, linguoculturology: topical issues and development prospects], International conference proceedings, February 23-24, 2017, Minsk, pp. 62-68. (in Russian).
- Galynskii, V.M. (2008), Innovatsionnaya metodika razrabotki komp'yuternykh uchebno-metodicheskikh kompleksov v sisteme Moodle [Innovative methodology for the development of computer educational and methodological blocks in the Moodle system]. *Informatizatsiya obrazovaniya – 2008: integratsiya informatsionnykh i pedagogicheskikh tekhnologii* [Informatization of education – 2008: integration of information and pedagogical technologies], International conference proceedings, October 22-25, 2008, Minsk, Belarusian State University publ., pp. 95-98. (in Russian).
- Gil'mutdinov, A.Kh. (2009), *Elektronnoe obrazovanie na platforme Moodle* [Electronic education on the Moodle platform], Kazan, Kazan State University publ., 186 p. (in Russian).
- Goncharov, V.I. (2011), *Orfografiya russkogo yazyka v algoritmakh* [Russian language spelling in algorithms], Kyiv, 182 p. (in Russian).
- Graf, S., List, B. (2005), An evaluation of open source e-learning platforms stressing adaptation issues. Goodyear, P., Sampson, D.G., Jin-Tan Yang, D., Kinshuk, Toshio Okamoto, Hartley, R., Nian-Shing Chen (Eds.), *Fifth IEEE International Conference on Advanced Learning Technologies (ICALT'05)* (5-8 July 2005, Kaohsiung, Taiwan), Los Alamitos, CA, Washington, Brussels, Tokyo, IEEE publ., 2005, pp. 163-165. DOI: 10.1109/ICALT.2005.54.
- Kerres, M. (2018), *Mediendidaktik. Konzeption und Entwicklung mediengestützter Lernangebote*, 5th ed., Berlin, de Gruyter Oldenbourg publ., 543 p. (in German).
- Khutorskoi, A.V. (1999), Kontseptsiya distantsionnogo obucheniya [The concept of distance learning]. *Distantsionnoe i virtual'noe obuchenie*, Digest of Russian and foreign press, No. 4, pp. 21-22. (in Russian).
- Kisel', N.K., Garkun, A.S., Galynskii, V.M., Poznyak, Yu.V., Shvarkova, G.G. (2007), Mekhanizmy formirovaniya kul'tury lichnosti obuchayushchegosya v kontekste sovremennogo obrazovatel'nogo protsessa [Mechanisms of the formation of the culture of the student's personality in the context of the modern educational process]. *Transformatsiya mirovozzreniya v sovremennom tranzitivnom obshchestve* [Transformation of the worldview in a modern transitive society], International conference proceedings, November 23, 2007, Minsk, Belarusian State Pedagogical University publ., pp. 269-271. (in Russian).
- Polezhaev, D.V. (2000), Mental'nost' lichnosti i vnutrennie mekhanizmy dinamiki sotsial'noi napravlenosti [Personality mentality and internal mechanisms of the dynamics of social orientation]. *Credo*, No. 2 (20), available at: <http://credonew.ru/content/view/173/25/> (accessed date: December 2, 2019). (in Russian).
- Poznyak, Yu.V., Galynskii, V.M., Shvarkova, G.G. (2010), Opyt ispol'zovaniya LMS Moodle v universitetskikh obrazovatel'nykh praktikakh [Experience of using LMS Moodle in university educational practices]. *Informatizatsiya obrazovaniya – 2010: pedagogicheskie aspekty sozdaniya informatsionno-obrazovatel'noi sredy* [Informatization of education – 2010: pedagogical aspects of creating an

- information and educational environment], International conference proceedings, October 27-30, 2010, Minsk, Belarusian State University publ., pp. 383-385. (in Russian).
- Rosenberg, M. (2001), *E-Learning: Strategies for Delivering Knowledge in the Digital Age*, New York, McGraw Hill publ., 344 p.
- Samokhval, V.V., Poznyak, Yu.V., Shvarkova, G.G. (2008), Komp'yuternye uchebno-metodicheskie komplekсы uchebnogo zavedeniya na baze SDO Moodle [Computer educational-methodical complexes of an educational institution based on the LMS Moodle]. *Informatizatsiya obrazovaniya – 2008: integratsiya informatsionnykh i pedagogicheskikh tekhnologii* [Informatization of Education – 2008: Integration of Information and Pedagogical Technologies], International conference proceedings, October 22-25, 2008, Minsk, Belarusian State University publ., pp. 466-471. (in Russian).
- Shvarkova, G.G., Poznyak, Yu.V., Galynskii, V.M. (2012), Model' organizatsii i dostavki kontenta v virtual'nom obrazovatel'nom prostranstve [Model of the organization and delivery of content in the virtual educational space]. *Informatsionno-tekhnologicheskoe obespechenie obrazovatel'nogo protsessa gosudarstv – uchastnikov SNG* [Information and technological support of the educational process of the CIS member states], International conference proceedings (Minsk, November 1-30, 2012), Minsk, Belarusian State University publ., pp. 183-189. (in Russian).
- Solovov, A.V. (2002), Didactical analysis of computer-based education. *IEEE International Conference on Advanced Learning Technologies (ICALT 2002)*, Kazan, September 9-12, 2002, Kazan, Kazan State Technical University publ., pp. 212-216. (in Russian).
- Tikhomirov, V.P. (2010), Bez elektronnoho obrazovaniya innovatsii nevozmozhny [Without e-education, innovation is impossible]. *Professional'noe obrazovanie. Stolitsa*, No. 8, pp. 19-23. (in Russian).
- Zubov, A.V., Zubova, I.I. (2009), *Metodika primeneniya informatsionnykh tekhnologii v obuchenii inostrannym yazykam* [Methodology for using information technologies in teaching foreign languages], Moscow, Akademiya publ., 140 p. (in Russian).

DEVELOPMENT OF TEST IN A MODULAR OBJECT-ORIENTED ENVIRONMENT

Yu.A. Zdorionok

Belarusian National Technical University (Minsk, Belarus)

Abstract: Successful perception and good uptake of content occurs when it is filed in a system of sequential modules or blocks (in parts), where all the elements and moments of the studied subject are interconnected with each other in a coherent system, where in order to comprehend requires understanding, not memorization. Today, information abundance has drastically reduced the quality of knowledge offered and acquired. This entailed a lack of effectiveness in the study of academic disciplines, especially a foreign language. The integration of the offered,

acquired and verified knowledge into a single educational resource, which instruct the precise execution of actions, is possible in Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment). The system itself is “smart”, as it is a learning management system where the assessment of knowledge gained is carried out by the learner independently through control and self-control. The development of the e-learning resource “Professional vocabulary (in English)”, located in the Moodle learning management system, allows you to radically expand the student’s independent work sector in the network. Thus, the management and organization of training work with linguoacoustic material determined the nature of the used test tasks, exercises and methodological methods when creating a training electronic resource, since the communicative competence that the process of teaching a foreign language should ultimately be oriented to needs to be highly effective in short training periods.

Key words: modular object-oriented environment, learning management system, control, self-control.

For citation:

Zdoronok, Yu.A. (2020), Development of test in a modular object-oriented environment. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 3, pp. 685-700. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(3).685-700. (in Russian).

About the author:

Zdoronok, Yulia Alexandrovna, Teacher of the Department “Intercultural Professional Communication”

Corresponding author:

Postal address: 65, Nezavisimosti pr., Minsk, 220013, Belarus

E-mail: yuliyazdaranok@gmail.com

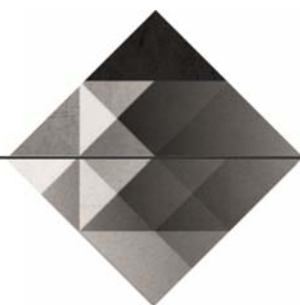
Received: November 29, 2019

Revised: January 27, 2020

Accepted: August 13, 2020

Раздел V

РЕЦЕНЗИИ





Part V

REVIEWS

РЕЦЕНЗИЯ НА МОНОГРАФИЮ «НОВЫЕ МЕДИА В РОССИИ. АКТИВНЫЕ ПРОЦЕССЫ В ЯЗЫКЕ И КОММУНИКАЦИИ»

М.Б. Ворошилова¹, Н.Н. Махова², О.Л. Юдина³

^{1,2,3} *Уральский институт управления – филиал РАНХиГС (Екатеринбург, Россия)*

Аннотация: Представлена рецензия на монографию «Новые медиа в России. Активные процессы в языке и коммуникации». Специфику данной монографии составляет междисциплинарность исследования: авторы монографии ставят перед собой задачи изучения новых медиа с позиций современной лингвистики и смежных дисциплин, в том числе на материале рекламных, маркетинговых, корпоративных и PR-практик. В книге описаны дискурсивные практики различных сфер общественной жизни, потенциал новых медиа в области маркетинговых и PR-технологий, изменения традиционных жанров в технологически новых условиях коммуникации, а также исследованы новые медиа как пространство социальных коммуникаций. И всё же большая часть объема книги справедливо отведена рассмотрению коммуникативно-речевых явлений.

Ключевые слова: новые медиа, дискурсивные практики, социальные коммуникации, процессы в языке.

Для цитирования:

Ворошилова М.Б., Махова Н.Н., Юдина О.Л. Рецензия на монографию «Новые медиа в России. Активные процессы в языке и коммуникации» // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 3. С. 703–712. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(3).703-712.

Сведения об авторах:

¹ **Ворошилова Мария Борисовна**, кандидат филологических наук, доцент, начальник управления научной работы

² **Юдина Оксана Леонидовна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков

³ **Махова Наталья Николаевна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры иностранных языков

Контактная информация:

^{1,2,3} Почтовый адрес: 620144, Россия, Екатеринбург, ул. 8 Марта, 66

¹ E-mail: shinkari@mail.ru

² E-mail: oksana.yudina@ui.ranepa.ru

³ E-mail: natalya.makhova@ui.ranepa.ru

Дата поступления статьи: 03.03.2020

Дата принятия в печать: 13.08.2020

Развитие цифровых технологий и коммуникаций определяется постоянно усиливающимся интересом ученых к феномену «новых» и «новейших» медиа. К ним относят не только интернет-СМИ и блогосферу, но и всевозможные виды сетевых коммуникативных практик (социальные сети, виртуальные игры и сообщества и др.).

Отличительной особенностью новых медиа является то, что они вовлекают в создание контента массовую аудиторию, тем самым ограничивая или даже устраняя монополию традиционных СМИ на распространение информации. Появляются новые формы профессиональных технологий общения с адресатом за счет сетевых ресурсов.

Все вышеназванные причины обуславливают актуальность изучения современных коммуникативных процессов в сети Интернет, а также обнаруживают широкое поле для исследования в области языка. Современная цифровизация общества формирует новое пространство и инструменты коммуникации.

Современные активные процессы в языке и коммуникации стали стимулом для написания рецензируемой монографии «Новые медиа в России. Активные процессы в языке и коммуникации» (М.: Ленанд, 2019. 400 с.), которая является существенно дополненным изданием предыдущего коллективного исследования, предпринятого группой ученых под руководством профессора О.С. Иссерс «Новые медиа в России: исследования языка и коммуникативных процессов» (Омск: Изд-во Ом. гос. ун-та, 2015. 178 с.) и посвященного исследованию специфики социального взаимодействия в российском интернет-пространстве.

Авторский коллектив отличает стремление к дискурс-анализу типичных для новых медиа практик, что проявляется уже в первом разделе издания. О.С. Иссерс и Н.В. Орлова по данным региональных интернет-изданий и блогосферы провели реконструкцию фрейма «гражданское общество», используя две модели гражданского общества, представленные в современных массмедиа.

Очень интересными представляются сделанные авторами выводы об отношениях субъектов гражданского общества с властью. Так, с точки зрения блогеров, отношения с властью определяются тем, что власть дистанцируется от гражданского общества, защищается от него, манипулирует им. Судя же по официальным материалам региональных СМИ, власть, напротив, работает с гражданским обществом «на одной площадке».

Несмотря на тот факт, что изначальное ограничение материала декларацией темы гражданского общества (на речевом уровне – коллокацией «гражданское общество») не дает возможности получить полную картину мнений об исследуемом социальном феномене, авторам, однако, удалось получить лингвистические ответы на некоторые общественно значимые вопросы. К сожалению, однозначного ответа на вопрос об успешности социального взаимодействия гражданского общества и власти сегодня пока не существует.

Приведение наглядных примеров позволяет повысить практическую ценность подраздела, который можно рекомендовать и журналистам, и участникам политических дебатов в качестве своеобразного методического подспорья в речевой практике.

Подраздел, созданный О.С. Иссерс, позволяет углубиться в детали создания современного фейкового контента, являющегося знаковым явлением интернет-эпохи и используемого в качестве одной из манипулятивных практик политического дискурса.

Автор проводит анализ мистифицирующих практик в новых медиа и рекламе и отмечает основные тенденции, связанные с использованием медиафейков. Интересными, на наш взгляд, являются выводы автора о функциях мистифицирующих практик. Помимо манипуляций и введения в заблуждение потребителя либо читателя, они могут решать и иные задачи, например стратегии персонифицированной дискредитации, коммуникативной игры с потребителем, участники которой одинаково понимают шуточную функцию мистификации, и, наконец, цели активизации гражданского общества, основанные на провокационном воздействии. В перспективе хотелось бы ознакомиться с перспективной работой автора, касающейся креативных технологий создания фейков и потенциальных сфер их функционирования.

В следующем подразделе О.С. Иссерс рассматривает современную медиасреду в качестве зоны активного речевого заражения, используя в качестве примера «новую» русскую эвфемизацию. В информационную эпоху возникновение и совершенствование новых коммуникационных систем стало ядром современной социальной жизни. Интернет предоставляет невиданные ранее возможности для распространения информации и обмена мнениями, становясь средой для межкультурного и межличностного общения, мощным средством влияния на массовое и индивидуальное сознание. В связи с этим проблема вирусного характера распространения речевых новаций, обусловленного современными интернет-технологиями, является достаточно актуальной для нашего времени. Иллюстрацией данного тезиса являются процессы «новой русской эвфемизации» – конкуренция лексем «крайний» и «последний». Данные процессы обусловлены особенностями распространения речевых новаций, которые мотивированы, с одной стороны, языковой модой, а с другой – ложными пред-

ставлениями о магической силе слов. Эти причины заставляют говорящих репродуцировать эвфемистические модели на уровне речевого автоматизма, что приводит к их вирусному распространению, в первую очередь, в новых медиа и блогосфере. Нельзя не согласиться с автором в том, что расширение спектра сочетаемости прилагательного «крайний» с существительными с нарушением лексических норм позволяет говорить о рассматриваемом явлении как факте массовой речевой культуры, не оценивая его с точки зрения нормы языка.

Авторы справедливо отмечают, что активное обсуждение эвфемистических новаций как со специалистами, так и пользователями социальных сетей является убедительным доказательством сопротивления вирусному заражению в сфере массовой речевой культуры.

Особой значимостью, на наш взгляд, обладает подраздел, касающийся поиска общего словаря. Данное исследование проведено О.С. Иссерс на материале интернет-рейтингов «Слово года». Автор анализирует дискурсивные практики новейшего времени и их возможности в формировании социального согласия – «общего словаря».

Следует признать верным вывод автора о том, что формирование общественного сознания происходит преимущественно с помощью языковых средств: именно в дискурсе конструируется, приобретает смысл объективная реальность. Языковые механизмы играют в этом смыслообразовании наиважнейшую роль. В демократическом обществе, как считают авторы, вряд ли можно ожидать появления и закрепления «общего словаря» раз и навсегда. Поэтому не менее актуальными, по наблюдению авторов, являются попытки построения двустороннего и равноправного публичного диалога в этом вопросе.

Основной категорией анализа во второй главе являются коммуникативные особенности новых медиа как инструмента рекламных и PR-технологий. В первом подразделе данной главы И.П. Ромашова демонстрирует новые медиа в качестве инструмента рекламы и PR.

Современная информационная среда диктует новые требования к информационной политике корпораций как социальных институтов, требуя от них открытости, прозрачности и готовности к диалогу. Исследуемый материал в целом подтверждает эти выводы. Поэтому появление новых интернет-площадок, таких как «Твиттер», потребовало от PR-специалистов не только изменения привычных каналов позиционирования, но и трансформации привычных дискурсивных практик позиционирования.

Авторы справедливо полагают, что в корпоративных коммуникациях в соцсетях продвигается консьюмеристская картина мира, где в качестве темы повседневного общения выступает товар, бренд и сама корпорация, а также подчеркивается значимость коммуникации с ней.

Отмечая общие тенденции в освоении нового инструментария специалистами в области рекламы и связей с общественностью, во втором

подразделе данной главы И.П. Ромашова проводит лингвистический анализ потенциала использования интернет-технологий на материале бренд-коммуникаций в социальных сетях. Брэндинг, по мнению автора, является специфической коммуникацией с потребителем, задача которой – выработать у пользователей соцсетей ежедневную потребность общаться с брендом о бренде с целью лояльного отношения к торговой марке. Такое персонифицированное общение бренд-дискурса обусловило обращение к новому каналу коммуникации и к практикам другого дискурса – неформального общения в соцсетях.

Прагмастилистический анализ жанров бренд-коммуникации показал, что компании активно пользуются этим каналом и новыми жанрами общения с потребителем, проявляя высокий социодинамический потенциал.

Не менее значимым, на наш взгляд, является еще один подраздел второй главы, посвященный анализу современных маркетинговых инструментов. В исследованиях М.В. Терских представлены возможности интернет-продвижения товаров и услуг через использование продактплейсмент в художественных текстах и компьютерных играх.

Автор подчеркивает, что в настоящее время литературный продактплейсмент – это состоявшееся явление, являющее собой новую форму скрытой рекламы, в основе которой – слияние литературы и маркетинга. Всё чаще в процесс взаимодействия «автор – читатель» включается новый субъект коммуникации – рекламодатель. Его целевая установка способна трансформировать тексты современного художественного дискурса, качество которых определяется их экономической эффективностью.

Интересным является тот факт, что для современного читателя многие прецедентные тексты прошлых лет превратились в агнонимы, что лишает их необходимой воздействующей силы. По мнению автора, необходимо использование новых прецедентных феноменов, источником которых в настоящее время, как правило, являются тексты медиадискурса, в частности рекламные.

Необходимо также отметить, что, наряду с положительными, существует и ряд отрицательных качеств продактплейсмент, а именно: отсутствие законодательной базы, невозможность получения моментальных результатов, опасность переусердствовать с количеством рекламы и др.

В четвертом подразделе данной главы автор рассматривает модели визуальной метафоризации в дискурсе социальной рекламы. Хотелось бы отметить, что рассмотренные в данной статье метафорические модели являются достаточно стандартными, в том числе и для дискурса социальной рекламы. Тем не менее визуализация метафорического переноса дает возможность, с одной стороны, представить привычные образы в оригинальной, нестереотипной форме, с другой – увеличить воздействующий потенциал когнитивной метафоры за счет использования невербальных кодов.

М.В. Терских справедливо отмечает, что такая поликодовость текста социальной рекламы позволяет манипулировать восприятием сообщения, так как невербальную составляющую адресату достаточно сложно отслеживать сознательно. Поэтому степень дополнительного манипулятивного потенциала использованного в тексте метафорического образа становится гораздо выше.

В главе 3 представлены исследования, посвященные особенностям жанровых трансформаций под влиянием новых коммуникационных технологий.

Особой значимостью, на наш взгляд, обладает подраздел Е.А. Никитиной, в рамках которого автор постаралась объединить имеющиеся классификации PR-текстов и на их основе выделить современные тенденции в PR-жанроведении, а также особенности электронного PR-текста. Выбор PR-текстов в качестве объекта исследования представляется нам вполне логичным. Наука о связях с общественностью своевременно реагирует на растущие потребности общества в получении полной и объективной информации о различных социальных субъектах и неразрывно связана с процессом формирования информационного пространства.

Связи с общественностью по своей сути являются информационной деятельностью, технологии которой реализуют стратегию коммуникации с общественностью. Очевидно, что изменение технологии медиасферы влечет за собой трансформации ее жанровых форм. Характер таких изменений и является предметом научного изучения.

Е.А. Никитина выделяет следующие тенденции в современном PR-жанроведении: 1) возможность применения классических типологий PR-текстов; 2) постепенное формирование новых жанров электронного PR; 3) диффузность жанров связей с общественностью, рекламы и журналистики, изменение формата традиционных жанров, в том числе их диверсификация по целевым аудиториям. На наш взгляд, такие трансформации текстовых жанров можно обозначить в пространстве новых медиа в целом.

Кроме того, автор подраздела выделяет современные требования к электронному PR-тексту, обусловленные особенностями новой медиасферы, что также имеет большую теоретическую и прикладную значимость. Современные процессы языковой трансформации в итоге требуют приведения к определенной норме и унификации, что обусловлено необходимостью возможности осуществления четкой и логичной коммуникации.

Далее в книге вопросы жанровой трансформации рассматриваются более углубленно на примере спортивного и туристического дискурса. Несомненно, данные тематики весьма актуальны и востребованы обществом, а приведенные примеры интересны и показательны с научной точки зрения, однако, на наш взгляд, исследование могло быть дополне-

но рассмотрением трансформации жанров и на примере других популярных в обществе дискурсов (социальном и социально-экономическом, медицинском, технологическом и др.).

В главе 4 новые медиа рассматриваются авторами монографии как пространство социальных коммуникаций. Объектами исследования были выбраны диджитал-коммуникации в электоральных кампаниях, паблики СМИ в социальных сетях, сайты с научно-популярным контентом, а также социальный сервис «Твиттер» в России и за рубежом.

Начинают изучение пространства социальных коммуникаций авторы монографии с социального сервиса «Твиттер». О значимости «Твиттера» в современных интернет-коммуникациях говорит то, что на данной платформе завели свои личные страницы многие публичные персоны, в том числе главы государств. В «Твиттере» представлены практически все СМИ планеты, и такое универсальное средство обмена оперативной информацией требует внимательного научного изучения.

В подразделе А.П. Атягиной и О.С. Иссерс представлен обзор зарубежных и отечественных работ в сфере лингвистики и смежных областей знаний, посвященных «Твиттеру». Особую значимость данному подразделу придают глубина и всесторонность исследования. Авторы рассматривают специфику языковой компрессии на разных уровнях (графическом, лексическом, синтаксическом, семантическом), важные функции хэштегов (в частности, как средство семантической компрессии), особенности многослойности текстовых сообщений социального сервиса. Жанровые характеристики, уровень распространенности и воздействия на аудиторию определяют уникальность данного социального сервиса и необходимость его исследования. Прикладная значимость проведенного исследования обусловлена его востребованностью в практике применения «Твиттера» как современного медиаресурса, а также в информационной деятельности государственных и коммерческих структур.

Особый интерес для исследования представляют паблики СМИ в социальных сетях. В подразделе С.Г. Носовец рассмотрены паблики СМИ в социальной сети «ВКонтакте». Автор предлагает детальное описание структуры и контента таких публикаций, выявляет прагматилистическую специфику новостных сообщений. С.Г. Носовец отмечает наличие процессов конвергенции («перемены ролей» у разных каналов коммуникации) и дивергенции новых медиа (процесс разделения разных площадок одного СМИ), которые уже давно стали частью нашей повседневности.

В настоящее время средства массовой информации меняются. Новые каналы и виды коммуникации влияют на язык. Социальные сети теперь не только инструмент развлечения, но и средство обмена информацией. Паблики СМИ уже не просто тексты, а более сложные структуры, которые имеют свои особенности. Согласно С.Г. Носовец, структура каждой новости в социальной сети включает в себя название и логотип, тексто-

вый блок с источниковой гиперссылкой, иллюстрации, а также блок интерактивных опций. Отметим и другие особенности: при формировании публикации границы между потребителями информации и создателями текста стираются; свой отпечаток на характер текста накладывает и возможность менять контент.

С активным развитием социальных сетей традиционные СМИ перестают быть основным инструментом влияния на массовую аудиторию. В рамках электоральных кампаний активизируется работа в социальных сетях. Е.А. Никитина и Н.А. Мельникова подробно описывают возможности диджитал-коммуникации в электоральной кампании в целом и применение коммуникативных технологий региональной электоральной кампании 2016 г. в частности. Кроме того, авторы приводят примеры стратегий позиционирования кандидатов в социальных сетях «Одноклассники», «ВКонтакте», Facebook, Instagram. Итоги электоральной кампании в социальных сетях оказались результативными. По окончании предвыборной кампании кандидаты создали свои аккаунты в социальных сетях. Исследование Е.И. Никитиной и Н.А. Мельниковой носит междисциплинарную специфику и подробно представляет возможности формирования необходимого имиджа кандидата, а также не только информирования, но и воздействия на аудиторию. Интерактивность и массовость отличают потенциал диджитал-коммуникации от других технологий.

Особую актуальность для научного сообщества представляет подраздел, в рамках которого рассматривается популяризация науки с помощью новых медиа. Авторы отмечают, что современная наука развивается не только в новых условиях, но и в новых формах. Медиализация научного знания (популяризация науки с помощью медиальных средств) позволяет оперативно решать ряд задач: в частности, помогает определить актуальность направления научного исследования для широкой аудитории, привлекает внимание общественности к современным научным достижениям и т. д. Т.В. Шкайдерова исследует само понятие «медиализация», а также материалы ряда сайтов научной направленности в аспекте медиализации научного знания. В монографии медиализация рассматривается как «новый технический ресурс популяризации научного знания» (с. 354). При этом выводы автора неутешительны.

Анализ материалов научно-популярных сайтов («ПостНаука», Naked Science, Infuture) показал две крайности. С одной стороны, подтвердилось предположение, что некоторые сайты представляют собой имитацию научной проблематики. Темы соотносятся с запросами широкой аудитории, а не актуальными научными проблемами. Рассчитанные на широкий круг потребителей информации научные материалы зачастую демонстрируют современный «научпоп», популяризаторами которых выступают журналисты. С другой стороны, ряд медиаресурсов формально ориентируется на широкую аудиторию, а содержательно – на специализированную.

Автор приходит к выводу, что в настоящее время провести границы между научными и ненаучными знаниями достаточно сложно. Такие явления, на наш взгляд, связаны с существенными отличиями науки и медийной индустрии, в первую очередь, их противоречивыми целями. Медийная индустрия ориентируется на запросы читателей и развлекательные материалы. Наука имеет свои векторы развития, понятные в большей степени подготовленной аудитории, и элемент развлечения для широкой аудитории в таких тематиках может отсутствовать вовсе. В то же время популяризация научного знания также важна для общества по вышеназванным причинам. Таким образом, мы полагаем, необходимо четкое разграничение жанров медиаресурсов в соответствии с их конечными целями и обозначение предъявляемых к ним требований.

Несмотря на то, что авторы рассматривают такие разнообразные лингвистические объекты и исследуют неоднотипные дискурсы, необходимо отметить, что данное издание можно действительно назвать коллективной монографией, а не просто тематическим сборником, так как все его авторы исходят из единого понимания феномена новых медиа в России.

Теоретическая ценность монографии заключается в уточнении понятийного аппарата, обозначении и систематизации актуальных, а порой и совершенно новых языковых реалий, обусловленных технологическим развитием общества.

Без сомнения, данное издание будет ценным источником информации в образовательном процессе высшей школы при обучении по направлениям «Связи с общественностью», «Социология», «Политология», «Культурология», «Филология», «Журналистика». Не менее важной данная монография может оказаться для специалистов-гуманитариев, изучающих проблемы дискурс-анализа и интернет-коммуникации.

REVIEW ON THE MONOGRAPH “NEW MEDIA IN RUSSIA. ACTIVE PROCESSES IN LANGUAGE AND COMMUNICATION”

M.B. Voroshilova¹, N.N. Makhova², O.L. Yudina³

^{1,2,3} *Ural Institute of Management – branch of RANEPА (Yekaterinburg, Russia)*

Abstract: The article presents a review of the monograph “New media in Russia. Active processes in language and communication”. The specificity of this monograph is the interdisciplinary nature of the research: the authors of the monograph set themselves the task of studying new media from the standpoint of modern linguistics and related disciplines, including on the material of advertising, marketing, corporate and PR practices. The book describes the discursive practices of various spheres of public life, the potential of new media in the field of marketing and PR technologies, changes in traditional genres in technologically new communication conditions, and also explores new media as a space for social

communication. And yet, most of the volume of the book is rightly devoted to the consideration of communicative-speech phenomena.

Key words: new media, discursive practices, social communications, processes in language.

For citation:

Voroshilova, M.B., Makhova, N.N., Yudina, O.L. (2020), Review on the monograph “New media in Russia. Active processes in language and communication”. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 7, no. 3, pp. 703-712. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(3).703-712. (in Russian).

About the authors:

¹ **Voroshilova, Maria Borisovna**, PhD, Head of the Research Department

² **Yudina, Oksana Leonidovna**, PhD, Associate Professor of the Department of Foreign Languages

³ **Makhova, Natalia Nikolaevna**, PhD, Associate Professor of the Department of Foreign Languages

Corresponding authors:

^{1,2,3} Postal address: 66, 8 Marta ul., Yekaterinburg, 620144, Russia

¹ E-mail: shinkari@mail.ru

² E-mail: oksana.yudina@ui.ranepa.ru

³ E-mail: natalya.makhova@ui.ranepa.ru

Received: March 3, 2020

Accepted: August 13, 2020

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ

Правила представления авторами рукописей

Редакционная коллегия приглашает к сотрудничеству всех специалистов, интересующихся коммуникативными исследованиями и смежными проблемами. Публикация материалов осуществляется на русском и английском языках.

Журнал выходит четыре раза в год. Подаваемые статьи не должны быть опубликованы ранее, а также не должны находиться на рассмотрении в редакции других журналов.

Для публикации статья должна соответствовать требованиям международных рецензируемых изданий (РИНЦ, Web of Science, Scopus и др.) т.е. помимо основного текста содержать следующие сведения, представленные на **русском и английском** языках:

1. УДК.

2. Название статьи (прописными буквами); инициалы и фамилию автора (-ов); аннотацию (резюме); ключевые слова (5–8 слов через запятую) – на русском языке. Обращаем внимание авторов на то, что объем аннотации к статье в международном журнале обычно составляет около **150–200 слов**. Аннотация должна быть составлена самостоятельно, а не повторять фрагменты статьи. **Структура аннотации:** введение (постановка проблемы), цель и задачи, материал, методы исследования, результаты, заключение (выводы).

3. Информацию п. 2 в той же последовательности – на английском языке (ФИО автора (ов) – в транслитерации) – после основного текста статьи (см. образец оформления статьи).

4. Полный текст статьи на русском или английском языке. Объем статьи – 8–15 страниц (14 шрифт, интервал – 1), 20000–40000 знаков с пробелами.

Основной текст должен быть разделен на озаглавленные смысловые части и содержать: 1. Введение (постановка рассматриваемого вопроса, актуальность, краткий обзор научной литературы по теме, четкая постановка цели работы). 2. Описание материала и методов исследования. 3. Представление результатов/Обсуждение (описание проведенного анализа и полученные результаты). Возможны подразделы. 4. Заключение (основные выводы исследования).

5. Рисунки и графики принимаются только в высоком качестве (не менее 300 пикселей). Убедитесь в том, что таблицы и рисунки пронумерованы в порядке появления в статье и снабжены соответствующими пояс-

нениями в тексте. Подписи к таблицам оформляются более мелким шрифтом и располагаются над таблицей; подписи к рисункам оформляются более мелким шрифтом и располагаются под рисунком. Таблицы и рисунки не должны выходить за поля текста.

6. Список литературы на русском языке. Нумерация в списке литературы идет по алфавиту, в случае нескольких ссылок на одного автора – по хронологии. В список литературы включаются только те источники, на которые есть ссылки в тексте статьи. Количество ссылок должно содержать не менее 20 наименований. Ссылки на работы автора статьи – не более 20 %. Ссылки на источники на иностранном языке – не менее 30 %. Работы, опубликованные за последние 5–10 лет, – не менее 30 %. Во всех источниках должны быть проставлены страницы, год выпуска, город и издательство. Список литературы оформляется по ГОСТ Р 7.0.5-2008.

7. Список литературы в латинице (References): транслитерация имени автора; год публикации (в круглых скобках); выделенная курсивом транслитерация названия источника и – в квадратных скобках – его перевод; если речь идет о публикации внутри сборника или журнала, то прежде по аналогичному принципу указывается название материала, на который дается ссылка – без выделения курсивом и отделенное от названия источника точкой; английский вариант названия места издания и транслитерация названия издающей организации (с указанием publ.). Прочие данные (сведения о редакторе или составителе, сведения об издании, номер выпуска, объем) приводятся в переводе на английский язык с использованием принятых сокращений (см. ниже образец оформления статьи). При оформлении References используется стандарт «Harvard».

В случае, если выходные сведения источника уже содержали перевод необходимых элементов записи (как правило, если речь идет о журнальных публикациях или переводной литературе), равно как если речь идет о «типовых» названиях (например, «собрание сочинений» или «толковый словарь»), в описании источника достаточно привести лишь перевод, без сопровождения его транслитерацией, но в конце описания дав в круглых скобках указание на язык источника (in Russian).

Источники в списке литературы на латинице представляются в том же порядке, что и в списке на русском.

8. Список источников речевых иллюстраций, если автор считает необходимым его представление. Оформляется отдельно по представленным выше правилам под заголовком «Источники», на латинице – «Sources».

9. Данные об авторах: фамилия, имя, отчество полностью; ученая степень; ученое звание; должность с указанием организации; юридический адрес организации (не домашний); электронная почта автора (-ов).

10. Информацию п. 8 на английском языке в той же последовательности: фамилия, имя, отчество автора (-ов); ученая степень; ученое зва-

ние; должность; название организации; юридический адрес организации; электронная почта.

Требования к оформлению

Гарнитура – Times New Roman. Кегль основного текста – 14 pt, списков литературы, аннотации и ключевых слов – 12 pt. Везде используется абзац 1,0 см и одинарный интервал. Все поля – по 2 см. Объем предлагаемого материала не должен превышать **30 000 знаков** с учетом пробелов, включая примечания и литературу.

Ссылка в тексте на цитируемые работы оформляется в виде [Иванов 2008: 25].

Речевые иллюстрации набираются курсивом без заключения в кавычки, выделения делаются жирным шрифтом.

Ссылка на источник фактического материала оформляется в круглых скобках следующими способами:

(Л. Улицкая. Священный мусор),

(Огонек. 2013. №1),

(НТВ. Сегодня. 7.08.2013),

(<http://file-rf.ru/analytics/54> 3.03.2013).

Сноски желательно минимизировать. В случае необходимости следует давать их в сквозной нумерации в конце страницы.

Сокращения, условные обозначения и цитаты оформляются в соответствии с общепринятыми стандартами (ГОСТ Р 7.0.5–2008).

Обращаем внимание авторов на то, что в международном журнале часть информации представляется **на английском языке** (заглавия статей, аннотации, ключевые слова, названия организаций, к которым приписан автор, обозначения выходных данных). Ответственность за качество перевода возлагается на автора. Другая часть, которая не переводится на английский язык (фамилии авторов, русскоязычные названия первоисточников в списках литературы, собственные названия организаций и издательств), представляемых в оригинале в кириллице, должна быть представлена в романском (латинском) алфавите в одной из принятых систем транслитерации.

Данное требование является обязательным в журналах, реферируемых в международных системах научного цитирования Web of Science и Scopus.

Образец оформления списка литературы

Список литературы

Книга: Бенвенист Э. Общая лингвистика. М.: Прогресс, 1974. 448 с.

Статья в журнале: Кибрик А.А. Когнитивные исследования по курсу // Вопросы языкознания. 1994. № 5. С. 126–139.

Часть книги: *Серль Дж.* Косвенные речевые акты / пер. с англ. Н.В. Перцова // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII. М., 1986. С. 195-222.

Материалы конференции: *Кабакова Ю.А.* Убеждение как сложный комплексный речевой акт // Теория и практика германских и романских языков: мат. Всерос. науч.-практ. конф. Ульяновск, 2000. С. 96–98.

Электронный ресурс: *Гусейнов Г.Ч.* Заметки к антропологии русского Интернета // НЛО. 2000. № 43. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2000/43/main8.html> (дата обращения: 01.06.2006).

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского: официальный сайт. URL: <http://www.omsu.ru> (дата обращения: 24.02.2012).

References

Книга: Benveniste, E. (1974), *Obshchaya lingvistika* [The General Linguistics], Moscow, Progress publ., 448 p.

Статья в журнале: Kibrik, A.A. (1994), Kognitivnye issledovaniya po diskursu [Cognitive research on discourse]. *Topics in the study of language*, no. 5, pp. 126-139.

Часть книги: Searle, J. (1986), Indirect speech acts. *Novoe v zarubezhnoi lingvistike* [New in foreign linguistics], translated from English by N.V. Pertsov, Moscow, iss. XVII, pp. 195-222. (in Russian).

Материалы конференции: Kabakova, Yu.A. (2000), Ubezhdenie kak slozhnyi kompleksnyi rechevoi akt [Persuasion as a complex integrated speech act]. *Teoriya i praktika germanskikh i romanskikh yazykov* [Theory and practice of German and Romance Languages], Materials of All-Russian Scientific and Practical Conference, Ulyanovsk, pp. 96-98.

Электронный ресурс: Guseinov, G.Ch. (2000), Zametki k antropologii russkogo Interneta [Notes to the Anthropology of the Russian Internet]. *New Literary Observer*, no. 43, available at: <http://magazines.russ.ru/nlo/2000/43/main8.html> (accessed date: June 1, 2006).

Dostoevsky Omsk State University, available at: <http://www.omsu.ru> (accessed date: February 24, 2012).

Образец оформления статьи

УДК

НАЗВАНИЕ СТАТЬИ

Петров В.В.

Омский государственный педагогический университет (Омск, Россия)

Подготовлено при поддержке гранта...

Аннотация:**Ключевые слова:****Сведения об авторе (авторах):**

Петров Виктор Васильевич, профессор, доктор филологических наук.

Контактная информация:

Почтовый адрес:

E-mail:

Текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи [1]. Текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи [2]. Текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи [3]. Текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи [1]. Текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи [3]. Текст статьи текст статьи текст статьи.

Список литературы**References****НАЗВАНИЕ СТАТЬИ (на английском языке)**

Petrov V.V.

Omsk State Pedagogical University (Omsk, Russia)

Abstract:**Key words:****About the author (authors):****Corresponding author:**

Postal address

E-mail:

Acknowledgements: (ссылка на грант)

Просим учесть, что материалы, не соответствующие тематике журнала или оформленные не в соответствии с перечисленными требованиями, к рассмотрению не принимаются.

Каждая поступившая в редакцию журнала статья рецензируется двумя анонимными рецензентами из числа российских и зарубежных ученых, компетентных в проблематике статьи. Файл с текстом статьи передается рецензентам тоже анонимно, т. е. без имени автора статьи и данных о нем. Рецензент должен оценить соответствие статьи проблематике журнала, актуальность и оригинальность работы, анализ материала и научный стиль, написать краткое обоснование / рекомендации. Замечания, содержащиеся в рецензиях (если есть), пересылаются автору ста-

ты (без указания имени рецензента). Редакционная коллегия принимает решение о публикации с учетом мнения рецензента.

Контакты

644077, Россия, Омск, пр. Мира, 55а. ОмГУ им. Ф.М. Достоевского
Факультет филологии и медиакоммуникаций. Тел.: +7 (3812) 229-815
Кафедра теоретической и прикладной лингвистики. Тел.: +7 (3812) 670-620

Гл. редактор Иссерс Оксана Сергеевна
Отв. секретарь Терских Марина Викторовна (terskihm@mail.ru)

INFORMATION FOR AUTHORS

Submission Guidelines

The Editorial Board invites to cooperate all experts interested in Communication Studies and related subjects. The materials are published both in Russian and English languages.

The Journal is published four times a year. Authors should not submit an article to the journal that is already published in another journal, as well as an article that is under consideration in another journal.

The article should comply with Russian Science Citation Index (RSCI), Web of Science and Scopus, i.e. in addition to the main text the article should include the following information in Russian and English languages:

1. Universal Decimal Classification.

2. Title of the article (in capital letters); initials and surname of the author (s); abstract (summary); key words (5-8 words separated by a comma) provided in Russian. Please, pay attention to the fact that the volume of an abstract to the article in the international Journal is usually about 150-200 words. The abstract should be prepared independently, and not to repeat the pieces of a paper.

3. Information of the item 2 in the same sequence – in English (full name of the author (s) – transliterated) – after the main text of the article (See an example below).

4. The full text of the article in English or Russian. The length of the article is 8-15 pages (14 pts font, single-spaced).

The main text should be divided into the semantic parts with headlines and include: 1. Introduction (the formulation of the issue, relevance, a brief review of the scientific literature on the topic, a clear object of the work). 2. Description of the material and methods of research. 3. Presentation of results / Discussion (description of the analysis and results obtained). Possible subsections. 4. Conclusion (main findings of the research).

5. Pictures and graphics are accepted only in high resolution (at least 300 pixels). Make sure that the tables and figures are numbered in the order in which they appear in the article and are provided with corresponding explanations in the text. The captions to the tables are made in a smaller font and are placed above the table; the captions to the pictures are made in a smaller font and are placed under the picture. Tables and pictures should not be outside the text area.

6. References in Russian. References should be listed alphabetically, in the case of multiple references to one author – chronologically. The list of references should include all and only references that are actually mentioned in the

text. The number of references must be at least 20. References to your works – no more than 20 %. References to sources in a foreign language at least 30 %. Works published for the past 5-10 years – not less than 30 %. All sources should be presented with pages, year of issue, city and publishing house.

7. References in the Latin alphabet: transliteration of the author's name; year of publication (in parentheses); the italicized transliteration of the source name and – in square brackets – its translation into English; if it is a publication in a collected articles or a journal, the name of the material should be given by a similar principle mentioned above, not emphasizing in italics and separating from the source name by a point; English version of the publication and transliteration of the name of the publishing organization (indicating publ.). Other data (information about the editors or contributors, information about the publication, issue number, volume) are translated into English using the adopted abbreviations (See an example below).

If imprint of the source has already some translation of the necessary elements (usually in the case of journal publications or translated literature), as well as in the case of common titles (for example, “collected works” or “explanatory dictionary”), in the description of the source it is enough to provide only the translation, without any transliteration, but, please, give the source language in parentheses at the end of the description (in Russian).

Sources in the references in the Latin alphabet are presented in the same order as in the references in Russian.

8. Provide a list of sources of speech illustrations in case if the author considers it is necessary to present. It is made out separately under the name “Sources” according to the above mentioned rules.

9. Information about the authors: name, surname, academic degree; academic title; position at the organization, organization; legal address of the organization (not your home address); E-mail of the author (s).

10. Information of the item 8 in English in the same sequence: surname, name of the author (s); academic degree; academic title; position; name of the organization; the legal address of the organization; E-mail.

Key Formatting Issues

Use Times New Roman: 14 pts fonts for the main text, 12 pt for references, abstracts and key words. All text should be single-spaced. Indent the first line of each paragraph by 10 mm. All margins are 20 mm. When submitting the article including notes and references, keep the text for your manuscript under 30,000 characters, including spaces, remarks and references.

It is essential that the references are formatted to the specifications given in these guidelines. This Journal uses the “Author-Date” style [Ivanov 2008:25].

Speech illustrations are typed in italics, bold, and without quotation marks.

Reference to the source of actual material is made in parentheses in the following ways:

(Ulitskaya L. Sacred garbage),
(Elsevier. 2013. No.1),
(NTV. Today. 7.08.2013),
(<http://file-rf.ru / analitics / 54 3.3.2013>).

Footnotes should be kept to an absolute minimum. Note indicators in the text should appear at the end of sentences or phrases, and follow the respective numeration. Footnotes should preferably be placed at the end of the page.

Abbreviations, symbols and citations are made in accordance with generally accepted standards.

We draw authors' attention to the fact that in the international journal some information is presented in English (the headings of articles, abstracts, key words, the names of organizations to which the author is assigned, and imprint). Authors are responsible for the quality of the translation. The other part, which is not translated into English (authors' names, Russian names of primary sources in references, names of organizations and publishers), presented in the original in Cyrillic, must be represented in the Roman (Latin) alphabet in one of the adopted transliteration systems (BSI is preferable).

This requirement is mandatory in journals peer-reviewed by the international scientific citation systems Web of Science and Scopus.

Example of references in Russian and English

Список литературы

Книга: Бенвенист Э. Общая лингвистика. М.: Прогресс, 1974. 448 с.

Статья в журнале: Кибрик А.А. Когнитивные исследования по дискурсу // Вопросы языкознания. 1994. № 5. С. 126–139.

Часть книги: Серль Дж. Косвенные речевые акты / пер. с англ. Н.В. Перцова // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII. М., 1986. С. 195–222.

Материалы конференции: Кабакова Ю.А. Убеждение как сложный комплексный речевой акт // Теория и практика германских и романских языков: мат. Всерос. науч.-практ. конф. Ульяновск, 2000. С. 96–98.

Электронный ресурс: Гусейнов Г.Ч. Заметки к антропологии русского Интернета // НЛЮ. 2000. № 43. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2000/43/main8.html> (дата обращения: 01.06.2006).

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского: официальный сайт. URL: <http://www.omsu.ru> (дата обращения: 24.02.2012).

References

Book: Benveniste, E. (1974), *Obshchaya lingvistika* [The General Linguistics], Moscow, Progress publ., 448 p.

Articlw: Kibrik, A.A. (1994), Kognitivnye issledovaniya po diskursu [Cognitive research on discourse]. *Topics in the study of language*, no. 5, pp. 126-139.

Part of a book: Searle, J. (1986), Indirect speech acts. *Novoe v zarubezhnoi lingvistike* [New in foreign linguistics], translated from English by N.V. Pertsov, Moscow, iss. XVII, pp. 195-222. (in Russian).

Conference proceedings: Kabakova, Yu.A. (2000), Ubezhdenie kak slozhnyi kompleksnyi rechevoi akt [Persuasion as a complex integrated speech act]. *Teoriya i praktika germanskikh i romanskikh yazykov* [Theory and practice of German and Romance Languages], Materials of All-Russian Scientific and Practical Conference, Ulyanovsk, pp. 96-98.

Electronic resource: Guseinov, G.Ch. (2000), Zametki k antropologii russkogo Interneta [Notes to the Anthropology of the Russian Internet]. *New Literary Observer*, no. 43, available at: <http://magazines.russ.ru/nlo/2000/43/main8.html> (accessed date: June 1, 2006).

Dostoevsky Omsk State University, available at: <http://www.omsu.ru> (accessed date: February 24, 2012).

Example of an article in Russian

УДК

НАЗВАНИЕ СТАТЬИ

Петров В.В.

Омский государственный педагогический университет (Омск, Россия)

Подготовлено при поддержке гранта...

Аннотация:

Ключевые слова:

Сведения об авторе (авторах):

Петров Виктор Васильевич, профессор, доктор филологических наук.

Контактная информация:

Почтовый адрес:

E-mail:

Текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи [1]. Текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи [2]. Текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи [3]. Текст статьи текст статьи текст статьи

текст статьи [1]. Текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи
 текст статьи текст статьи текст статьи текст статьи [3]. Текст статьи
 текст статьи текст статьи.

Список литературы

References

Name of the article

Petrov V.V.

Omsk State Pedagogical University (Omsk, Russia)

Abstract:

Key words:

About the author (authors):

Corresponding author:

Postal address

E-mail:

Acknowledgements: (link to the grant if available)

Example of an article in English

Name of the article

Petrov V.V.

Omsk State Pedagogical University (Omsk, Russia)

Abstract:

Key words:

About the author (authors):

Corresponding author:

Postal address

E-mail:

Acknowledgements: (link to the grant if available)

Text of the article Text of the article Text of the article Text of the article
 Text of the article [1]. Text of the article Text of the article Text of the article
 Text of the article [2]. Text of the article Text of the article Text of the article
 Text of the article [3].

References

References (in Russian)

Name of the article (in Russian)

Author (s) name, name of the organization (in Russian)

Abstract and key words (in Russian)

Please note: we will not accept the materials that do not meet the subject area of the Journal nor fit the above mentioned requirements.

Each submitted article is reviewed by two anonymous reviewers among Russian and foreign scientists with expertise in the article issues. The article is sent to the reviewers anonymously, that is without the name of the author of the article and its data. The reviewer should evaluate the article compliance with the subject area of the Journal, urgency and originality of the work, material and language analysis, write a brief justification / recommendations. Notes contained in the reviews (if any) are sent to the author (without the name of the reviewer). The Editorial Board makes a decision whether to publish the article or not, taking into account the opinion of the reviewer.

Contact information

Dostoevsky Omsk State University, Prospekt Mira 55A, Omsk, Russia
Faculty of Philology and Media Communications. Tel.: +7 (3812) 229-815
Chair of Theoretical and Applied Linguistics. Tel.: +7 (3812) 670-620

Editor-in-chief Oxana Sergeevna Issers
Executive editor Marina Viktorovna Terskikh (terskihm@mail.ru)