



# ЯЗЫК В МЕЖКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ XXI ВЕКА:

*взгляды и научные  
исследования,  
перспективы  
развития*

материалы  
Международной  
научно-практической  
конференции



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ  
АСТРАХАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**ЯЗЫК В МЕЖКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ XXI ВЕКА:  
ВЗГЛЯДЫ И НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ,  
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

**Материалы Международной  
научно-практической конференции**

Издательский дом «Астраханский университет»  
2021

УДК 008:81  
ББК 71  
Я40

Рекомендовано к печати редакционно-издательским советом  
Астраханского государственного университета

***Редакционная коллегия:***

доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры  
английской филологии факультета иностранных языков  
Астраханского государственного университета

*Е.Н. Горбачева;*

кандидат филологических наук, доцент кафедры  
английской филологии факультета иностранных языков  
Астраханского государственного университета

*Е.М. Торбик*

**Язык в межкультурном пространстве XXI века: взгляды и научные исследования, перспективы развития :** материалы Международной научно-практической конференции / сост. Е. Н. Горбачева, Е. М. Торбик. – Электрон. текстовые, граф. дан. (2,5 Мб). – Систем. Требования: MS Windows XP и выше; 1 ГБ ОЗУ; CDROM; мышь. – Астрахань : Астраханский государственный университет, Издательский дом «Астраханский университет», 2021. – Вып. 1. – 327 с. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM): 12 см. – Загл. с экрана. – Диск помещён в контейнер 14 × 12 см.

В сборник включены научные статьи, в которых рассматривается широкий круг лингвистических вопросов: национально-культурные аспекты коммуникации, актуальные проблемы дискурсивной лингвистики, прагмалингвистики, текстологии, Интернет-коммуникации, межкультурной коммуникации и переводоведения, лингводидактики. Сборник предназначен для специалистов в области филологии.

ISBN 978-5-9926-1336-0

© Астраханский государственный университет,  
Издательский дом «Астраханский университет», 2021  
© Е. Н. Горбачева, Е. М. Торбик, составление, 2021  
© А. И. Стремина, дизайн обложки, 2021

## СОДЕРЖАНИЕ

### СЕКЦИЯ 1 НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ КОММУНИКАЦИИ

<b>Карасик В.И.</b> БИЛИНГВИЗМ В ЛИНГВОКУЛЬТУРНОМ АСПЕКТЕ .....	8
<b>Викторин В.М.</b> КОНФЕССИОЛЕКТ И ЭТНОКОНФЕССИОЛЕКТ: К КРАТКОЙ ИСТОРИИ ИЗУЧЕНИЯ В РОССИИ И ГЕРМАНИИ .....	14
<b>Емельянова Н.А.</b> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДИАЛЕКТНЫХ ФОРМ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В ТВОРЧЕСТВЕ Д.ТОМАСА (НА ПРИМЕРЕ УЭЛЬСКИХ ДИАЛЕКТОВ) .....	23
<b>Вердиханова Ф.Б., Иртуганова Э.Д., Павлова Г.Ш.</b> ЭТИКЕТНАЯ ЛЕКСИКА: ЛЕЗГИНСКИЙ И АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫКИ .....	31
<b>Шелепова Н.В.</b> ЯЗЫКОВЫЕ СПОСОБЫ ОБЪЕКТИВАЦИИ МИФОЛОГИЧЕСКИХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ НАРОДОВ БРИТАНСКИХ ОСТРОВОВ .....	35
<b>Фокина Ю.М., Бекчанов Ф.П.</b> ОСОБЕННОСТИ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КОНЦЕПТА «УСПЕХ» В ТЕКСТАХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ .....	41
<b>Уразалиева Д.Н.</b> К ВОПРОСУ О ГЕНДЕРНО-НЕЙТРАЛЬНОМ ЯЗЫКЕ (НА ПРИМЕРЕ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ) .....	48
<b>Зуева А.А.</b> ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ЛЕКСИКОН СОВРЕМЕННОГО ЖУРНАЛИСТА (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА) .....	56

### Секция 2 АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ДИСКУРСИВНОЙ ЛИНГВИСТИКИ И ПРАГМАЛИНГВИСТИКИ

<b>Горбачева Е.Н.</b> КАТЕГОРИЯ ИМПЕРАТИВНОСТИ В РАЗНЫХ ВИДАХ ДИСКУРСА С ПОЗИЦИЙ ПЕРФОРМАТИВНОЙ ПРАГМАЛИНГВИСТИКИ .....	62
<b>Календр А.А.</b> ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ МЕДИЦИНСКОГО ЗНАНИЯ О COVID-19 КАК КОММУНИКАТИВНЫЙ ФОРМАТ .....	70
<b>Торбик Е.М.</b> ПОРТРЕТНОЕ ИНТЕРВЬЮ-ОЧЕРК КАК СУБЖАНР ОЛИМПЕЙСКОГО МЕДИАДИСКУРСА .....	74



<b>Поршнева Н.В.</b> ЯЗЫКОВОЕ ВОПЛОЩЕНИЕ УЛЬТИМАТУМА В ДИПЛОМАТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ .....	79
<b>Гроховская И.А.</b> АКТУАЛИЗАЦИЯ СЕМАНТИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК СУБСТАНДАРТНЫХ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ «МЕДИЦИНА» В МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ.....	85
<b>Бочарникова Е.А.</b> АНГЛИЙСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ ДИСКУРС: НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОЙ ГУМАНИТАРНОЙ НАУЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ).....	90
<b>Торбик Е.М., Родионова Д.С.</b> НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ КАТЕГОРИИ ОЦЕНОЧНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ПРЕДВЫБОРНОЙ КАМПАНИИ ДЖ. БАЙДЕНА) .....	97
<b>Белоусова А.В.</b> ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ПАНДЕМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ .....	102
<b>Горбачева Е.Н., Кулмурадова Г.А.</b> АКТУАЛИЗАЦИЯ ЦЕННОСТЕЙ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ДИСКУРСЕ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ.....	107

### Секция 3 ТЕКСТ КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ИЗУЧЕНИЯ

<b>Осипов Д.В.</b> МАНИПУЛЯТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ В КИТАЙСКИХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ.....	112
<b>Кожухова И.В.</b> КОММУНИКАТИВНАЯ ИМПОЗИТИВНОСТЬ В РЕГИОНАЛЬНЫХ ПУБЛИКАЦИЯХ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ (НА МАТЕРИАЛЕ САЙТА 74.RU) .....	118
<b>Дроздова Т.В.</b> ВЕРБАЛЬНЫЕ ИНДИКАТОРЫ МЕТАКОГНИТИВНЫХ ЯВЛЕНИЙ В НАУЧНОМ ТЕКСТЕ .....	123
<b>Илова Е.В.</b> ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ СОДЕРЖАНИЯ ПОНЯТИЯ ТЕАТРАЛЬНОСТИ.....	131
<b>Манченко Е.С.</b> ЯЗЫКОВАЯ ОБЪЕКТИВАЦИЯ КОНЦЕПТУАЛЬНО-КОГНИТИВНОГО ФРЕЙМА “NATURE” В АНГЛИЙСКОЙ ПРОЗЕ.....	136

<b>Маняшина Л.В.</b> ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ТЕКСТОВ Э.Т.А. ГОФМАНА И ИХ ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ .....	141
<b>Дубенец Н.Б.</b> МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ МЕТАФОР (НА ПРИМЕРЕ ВЫСКАЗЫВАНИЙ ОФИЦИАЛЬНЫХ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ГОСУДАРСТВЕННОГО ДЕПАРТАМЕНТА США) .....	146
<b>Шатохина Г.Н.</b> АКТУАЛИЗАЦИЯ СИНТАКСИЧЕСКИХ И СЕМАНТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ МОДАЛЬНЫХ ГЛАГОЛОВ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В НОВОЗАВЕТНЫХ ТЕКСТАХ .....	151
<b>Шитоева Е.В.</b> СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ В РЕЧИ МИНИСТРА ИНОСТРАННЫХ ДЕЛ ВЕЛИКОБРИТАНИИ И ГОССЕКРЕТАРЯ США .....	160

#### Секция 4 АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

<b>Галичкина Е.Н.</b> КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ «ПРИВАТНОГО» И «ПУБЛИЧНОГО» В СЕТЕВОМ ДИСКУРСЕ .....	169
<b>Кульчикенова С.А.</b> ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОНЛАЙН-КОММЕНТАРИЕВ КРИТИКИ В ЮТЮБЕ .....	177
<b>Кульчикенова С.А.</b> ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОНЛАЙН-КОММЕНТАРИЕВ ОДОБРЕНИЯ И СОГЛАСИЯ В ЮТЮБЕ .....	181
<b>Данилэ Д.Д.</b> СТИЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ СЕТЕВОГО ИНСТРУКТИВА .....	186
<b>Валяйбоб А.В.</b> ЖАНРОВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИНТЕРНЕТ-БЛОГОВ О ЗДОРОВОМ ОБРАЗЕ ЖИЗНИ.....	191
<b>Юсупова Р.Р.</b> НОРМЫ И ПРАВИЛА ПОВЕДЕНИЯ В «ИНСТАГРАМ».....	199
<b>Минеева Ю.В.</b> АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОНЦЕПТА «КОМПЬЮТЕР» (НА МАТЕРИАЛЕ НАУЧНО-ФАНАСТИЧЕСКИХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ) .....	203

<b>Грыгрышев Д.П.</b> ЖАНРОВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ДЕМОНСТРАТИВА В СЕТЕВОМ ДИСКУРСЕ .....	211
<b>Варламова Е.В.</b> НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ .....	216

## Секция 5 МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ, ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА И ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЯ

<b>Саракаева Э.А., Саракаева А.А.</b> THE PROBLEM OF TRANSLATING THE WORD 僵尸 (ZOMBIE) FROM CHINESE TO EUROPEAN LANGUAGES.....	220
<b>Kahdistani A.J.</b> INTERCULTURAL COMMUNICATION, PROBLEMS OF TRANSLATION AND TRANSLATION STUDIES .....	226
<b>Варлашкина А.В.</b> ПРАГМАТИЧЕСКАЯ АДАПТАЦИЯ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ ПРИ ПЕРЕВОДЕ С КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ ЯЗЫК (НА МАТЕРИАЛЕ РЕКЛАМЫ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ПРОДУКТОВ) .....	231
<b>Горкун Ю.Г.</b> ОСОБЕННОСТИ АДАПТАЦИИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ МУЛЬТИПЛИКАЦИОННЫХ ФИЛЬМОВ .....	238
<b>Исахаева Д.Д.</b> ИЗУЧЕНИЕ ПЕРЕВОДА ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИХ РЕАЛИЙ В ПРОЦЕССЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ БАКАЛАВРОВ ЛИНГВИСТИКИ.....	244
<b>Сибигатуллина К.М.</b> ИСПАНСКИЙ ЯЗЫК, ДИАЛЕКТЫ, РАЗНИЦА МЕЖДУ КАСТИЛЬСКИМ И ЛАТИНОАМЕРИКАНСКИМ ИСПАНСКИМ .....	247
<b>Любашев Н.А.</b> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИСТЕМ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ И ВИРТУАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА ДЛЯ МЕЖКУЛЬТУРНОГО И МЕЖНАЦИОНАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ И ОБМЕНА ИНФОРМАЦИЕЙ ДЛЯ РАЗНЫХ ЯЗЫКОВЫХ ГРУПП.....	252

## Секция 6 ЛИНГВОДИДАКТИКА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ ЯЗЫКОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ШКОЛЕ И ВУЗЕ

<b>Кадырмабетова Н.С., Гужвинская Е.Р.</b> ТАКСОНОМИЯ БЛУМА КАК СПОСОБ РАЗВИТИЯ КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ НА УРОКАХ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА.....	259
---	-----

<b>Куйшугулова Е.С.</b> ИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ И ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ.....	264
<b>Муратова Н.Р.</b> CASE-МЕТОД КАК ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ УСЛОВИЕ РАЗВИТИЯ АВТОНОМИИ УЧАЩЕГОСЯ НА УРОКЕ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА .....	268
<b>Прокофьева А.С.</b> АУТЕНТИЧНЫЕ ТЕКСТЫ: ХАРАКТЕРИСТИКИ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ .....	277
<b>Акимова О.В., Александрова Д.В.</b> ПРОБЛЕМЫ ПРЕПОДАВАНИЯ ФОНЕТИКИ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА НА НАЧАЛЬНОМ ЭТАПЕ В ВУЗЕ .....	281
<b>Polatov S.B., Seitova M.E.</b> THE EFFECTIVENESS OF MASS MEDIA IN TEACHING ENGLISH .....	288
<b>Ахмедова А.М.</b> ФОРМИРОВАНИЕ РЕЧЕВОЙ КОМПЕТЕНЦИИ УЧАЩИХСЯ НА УРОКАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В УСЛОВИЯХ ДИСТАНЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ.....	292
<b>Каликова А. М., Волкова М. В.</b> ФОРМИРОВАНИЕ ГРАММАТИЧЕСКИХ НАВЫКОВ ПРИ ИЗУЧЕНИИ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО .....	299
<b>Rizahodjaeva G.A., Abdulamit I.S.</b> STRATEGIES TO PROMOTE ACCURACY, FLUENCY AND PRONUNCIATION IN TEACHING ENGLISH .....	306
<b>Rizakhojayeva G.A., Orazali I.Sh.</b> DEVELOPING PUBLIC SPEAKING SKILLS IN THE ENGLISH LANGUAGE CLASSROOM .....	314
<b>Убайдуллаев Т.О., Турлыбеков Б.Д.</b> TEACHING ENGLISH GRAMMAR ON LINGUOCOGNITIVE BASIS IN KAZAKH SOCIETY .....	317



**БИЛИНГВИЗМ В ЛИНГВОКУЛЬТУРНОМ АСПЕКТЕ**

Карасик В.И.  
Москва, Россия

**Аннотация.** В статье рассматривается один из типов профессионального двуязычия, а именно билингвизм преподавателей иностранных языков. Выявляется специфика использования второго языка в институциональной профессиональной коммуникации. Выделяются такие характеристики речи профессиональных билингвов, как ее адаптированность в основных видах устной и письменной речевой деятельности, а также наличие в ней лингвокультурных комментариев.

**Ключевые слова:** билингвизм, профессиональный билингвизм, билингвальное переключение, адаптация, лингвокультура

**Abstract.** The article considers one of the types of professional bilingualism, namely that of foreign language teachers. The peculiarities of the use of the second language in institutional professional communication are revealed. The article highlights such characteristics of the speech of professional bilinguals as its adaptation in the main types of oral and written speech activity, as well as the presence of linguocultural comments in it.

**Keywords:** bilingualism, professional bilingualism, bilingual switching, adaptation, linguistic culture

Билингвизм – владение несколькими языками – неоднократно привлекал к себе внимание исследователей. Вместе с тем лингвокультурная специфика этого явления еще недостаточно освещена в научной литературе.

Можно выделить несколько типов билингвизма:

- 1) естественный, возникающий в результате пребывания человека с детства в билингвальной среде;
- 2) учебный, сформированный в результате формирования знаний, умений и навыков у учащегося;
- 3) адаптационный, возникающий у мигрантов или гастарбайтеров в новом этнокультурном сообществе;
- 4) профессиональный, сформированный у людей, деятельность которых осуществляется на втором языке (преподаватели иностранного языка, переводчики, дипломаты и др.);

5) творческий, состоящий в создании произведений литературы на неродном языке.

Отмечено, что в любом из типов билингвизма владение вторым языком может варьироваться по уровням коммуникативной компетенции и видам речевой деятельности.

В данной работе рассматривается билингвизм преподавателей иностранных языков. Если этот язык является родным для учителя, он подвергается осознанной дозированной симплификации в учебном процессе, например, при обучении учащихся русскому как иностранному в России. В том случае, если общение ведется на профессионально усвоенном иностранном языке (при обучении английскому, немецкому или иному языку в нашей стране), то помимо необходимой симплификации преподаватель иногда использует свой родной язык. Предполагается, что такие билингвальные переключения распадаются на определенные типы. В качестве материала исследования были взяты наблюдения над коммуникативной практикой моих коллег и собственные интроспективные заметки.

Переключение кода опирается на владение иностранным языком. В.И. Беликов и Л.П. Крысин выделяют четыре уровня такого владения: собственно лингвистический, национально-культурный, энциклопедический и ситуативный. Первый сводится к способности к перефразированию, способности понимания сказанного на данном языке и умению отличать правильные высказывания от неправильных, второй состоит в подсознательном выборе тех способов картирования мира, которые свойственны определенному языку, третий заключается в понимании реальности, стоящей за словами (здесь оказываются значимыми различные пресуппозиции, лежащие в основе коммуникативного поведения), четвертый представляет собой конкретное применение этих знаний, умений и навыков в обстоятельствах реального общения [Беликов, Крысин 2001: 102–109]. Терминологически было бы точнее в этом случае говорить не об уровнях, а об аспектах рассмотрения владения языком, поскольку уровневое моделирование языка предполагает выбор приоритетного либо исходного состояния дел. Переключение кода в этой связи может быть описано с различных позиций. Важность этно- и социокультурного моментов в билингвальном переключении кодов подчеркивается в исследовании М. Хеллер [Heller 2007].

Существующие в научной литературе описания переключения кода позволяют определить основные функции такого переключения: сокращение дистанции в разговоре со своими, увеличение дистанции в общении с чужими или в официальной ситуации, демонстрацию своего умения поддерживать престижный стиль поведения (Myers-Scotton, 2006; Wardhaugh, 2007). Вместе с тем известно, что в определенных сообществах были запреты на возможное переключение кода. В некоторых британских колониальных владениях в Африке местное население не имело права говорить на английском языке с белыми

хозяевами. Использование языка было знаком претензии на равный статус с колонизаторами. В ряде случаев запрет носил форму рекомендации: Петр I повелел дворянам говорить на иностранном языке, чтобы те отличались от простого народа. В древней Индии, по законам Гаутамы, если шудра был уличен в слушании Вед, ему полагалось залить уши расплавленной смолой, если же шудра произносил священный текст, его лишали языка. Переключение кода во всех подобных ситуациях было знаком изменения своего статуса. Заметим, что для вышестоящих правила переключения кода или воздержания от такого переключения носили характер рекомендаций, а для нижестоящих были императивными.

Преподаватель иностранного языка осуществляет свою педагогическую деятельность через предмет обучения, дозированно формируя знания, умения и навыки у учащихся по иностранному языку. Эта функция является доминирующей и проявляется через все виды совместной речевой деятельности педагога и обучаемых. В социолингвистике выделяется учебный билингвизм как особый тип двуязычия. Профессиональный педагогический билингвизм в этом плане представляет собой билингвальную практику формирования билингвизма в виде планомерного сопровождения учащихся в их освоении коммуникативной деятельности на другом языке.

А. Мустайоки ставит интересный вопрос: Почему общение на лингва франка удается так хорошо? Исследователь приводит важное наблюдение ученых, изучавших общение людей на английском как глобальном: «в разговоре между носителями разных языков на неродном для них языке встречается удивительно мало коммуникативных неудач» (Мустайоки, с. 10). В методике обучения иностранным языкам разработаны детальные параметры определения уровня сформированности знаний, умений и навыков речи на изучаемом языке. Вместе с тем заслуживает внимания трехуровневая модель реального владения вторым языком, предложенная известным финским лингвистом:

1. Знание языка на бытовом уровне: умение справляться с ежедневными коммуникативными ситуациями (покупки, заказ еды в ресторане, знакомство, основные сведения о себе и т. п.). Типичные языковые элементы: Основные фразы речевого этикета, некоторые типовые синтаксические структуры, ограниченный набор лексики (в основном существительные).

2. Знание языка на содержательном уровне: умение обсуждать содержательно те или иные темы (политические, философские, профессиональные вопросы). Типичные языковые элементы: Широкий диапазон лексики по отдельным темам, все основные структурные схемы языка.

3. Знание языка на социальном уровне: умение участвовать на равных в коммуникации с носителями языка. Типичные языковые элементы: Нюансы интонации, модальные частицы, большое количество прилагательных; тонкое знание прагматических правил (там же, с. 12).

Соглашаясь с возможностью такой стратификации знания языка, отмечу, что прагматические характеристики общения оказываются более важными, чем семантические и структурные. Есть ошибки, влияющие на понимание партнера и не влияющие на это понимание. Приоритетной оказывается установка достичь взаимопонимания, А. Мустайоки терминологически обозначает ее как «реципиент-дизайн». Значимой также оказывается готовность коммуникантов искать самые простые способы выражения мысли и преодолевать разного рода формальные затруднения в общении. Преподаватели иностранных языков исходят из других установок в своей профессиональной деятельности, стремясь привести учащихся к стандартному уровню владения изучаемым языком.

Преподаватель, формирующий билингвальную личность, осуществляет многомерную адаптацию используемого материала к уровню подготовленности учащегося. С.В. Первухина выделяет четыре вида адаптации текста: субъектную, референциальную, адресатную и инструментальную. «Для изучающих иностранный язык большую сложность в понимании текста представляет не содержание, а способ выражения мысли: синтаксические конструкции, редко употребляемые слова, фразеологизмы, длина текста и т.д. По принципу упрощения языка изложения строится адаптация текстов для изучающих иностранные языки, разрабатываются уровни адаптации текстов» [Первухина 2014: 53].

Особое место в профессиональном педагогическом билингвизме принадлежит объяснению лингвокультурной специфики языковых единиц, у которых нет прямого соответствия в первом языке учащихся.

Такое билингвальное переключение относится к выбору точного обозначения явлений или предметов, которых нет в русском языке. А.С. Пушкин именно в этом смысле использует слово “vulgar” («вульгарный»): *Никто бы в ней найти не мог Того, что модой самовластной В высоком лондонском кругу Зовется vulgar (Не могу... Люблю я очень это слово, Но не могу перевести; Оно у нас покамест ново, И вряд ли быть ему в чести)*. В пушкинскую эпоху это слово означало более широкий спектр качеств («простонародный», «грубый», «примитивный», «пошлый»). В наши дни подобные точные обозначения часто становятся заимствованиями, например, «мейнстрим» – популярное направление в какой-либо области. Интересно отметить, что в качестве объяснения этого феномена в ряде случаев используется английское слово “trend” («тренд, направление»). В немецкоязычном мире есть слова, имеющие специфический смысл, обычно с высокой степенью значимости для говорящих. Не случайно, например, носители немецкого языка как второго уточняют в своей речи: «Это исключено – ausgeschlossen!». Немецкое слово передает более категоричную степень исключения. Аналогичным является и немецкий концепт “Termin” –

«встреча с назначенной датой», при этом подразумевается, что перенести ее нельзя.

Высокий уровень владения вторым языком предполагает хорошее понимание культурно специфических концептов. Примером могут быть концепты «privacy» («приватность») в английском, «Pünktlichkeit» («пунктуальность») в немецком, «savoir vivre» («умение жить с удовольствием») во французском [Иная ментальность 2005]. Отмечено, что значимость таких концептов обусловлена ценностями той или иной лингвокультуры. Так, значимость приватности для англоязычного общества определяется стремлением носителей английского языка четко ограничить свою территорию в буквальном и метафорическом понимании. Установлено, что «в коммуникативном аспекте приватность соотносится с лингвопрагматическими категориями вежливости и такта: сохранение приватности обоих участников взаимодействия требует соблюдения определенных норм вежливости. При этом приватность выступает как один из ключевых аспектов социолингвистической категории «лицо». Сохранение приватности предполагает табуирование действий, которые ассоциируются с ее нарушениями, а также эвфемизацию возможных завоеваний личного пространства. ... С точки зрения речевого акта как центрального понятия коммуникативной лингвистики наиболее вероятными нарушения приватности становятся в речевых актах просьбы, приказа (и других директивах), а также вопросах, оказывающих наибольшее коммуникативное давление на адресата» [Прохвачева 2005: 198–199]. Высокая значимость вежливости в общении является четким показателем контролируемой агрессивности носителей лингвокультуры: чем выше такая агрессивность, тем более нужны способы ее контролирования и понижения. Приватность осознается в ситуациях ее нарушения. Нарушения приватности не одобряются нигде, но есть важные нюансы возможных реакций на такие нарушения и норм поведения, определяющих учет и развитие коммуникативных ситуаций, включающих риск нарушения приватности. Известно, что нарушение приватности остро переживается людьми, осознающими свой социальный статус. В этом плане можно сказать, что носители английского языка, занимающие самую низкую ступень на социальной лестнице, в меньшей мере реагируют на нарушения приватности, чем представители элиты и среднего класса. Язык в этом плане представляет собой одну из знаковых систем, используемых для демонстрации своей идентичности.

Подведем основные итоги.

Одним из возможных типов двуязычия является профессиональный билингвизм – использование второго языка в институциональной профессиональной коммуникации. К числу профессиональных билингвов относятся преподаватели иностранного языка. Их институциональная деятельность заключается в сопровождении специфической социализации учащихся, которые овладевают вторым коммуникативным

кодом. Профессиональная речь преподавателей иностранных языков представляет собой адаптированный вариант изучаемого языка в основных видах устной и письменной речевой деятельности, включающий презентацию, объяснение, уточнения, исправления ошибок. Особую значимость в этой речи имеют лингвокультурные комментарии, объясняющие этноспецифические концепты второго языка.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Беликов В. И. Социолингвистика : учебник для вузов / В. И. Беликов, Л. П. Крысин. – М.: Рос. гос. гуманитар. ун-т, 2001. – 315 с.
2. Иная ментальность / В. И. Карасик, О. Г. Прохвачева, Я. В. Зубкова, Э. В. Грабарова. – М. : Гнозис, 2005. – 352 с.
3. Мустайоки А. Почему общение на *лингва франка* удается так хорошо? / А. Мустайоки // Языки соседей: мосты или барьеры? Проблемы двуязычной коммуникации: сборник статей / отв. ред. Н. Б. Вахтин. – СПб. : Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2011. – С. 10–31.
4. Первухина С. В. Структурно-семантические и дискурсивно-прагматические характеристики адаптированного текста : монография / С. В. Первухина. – Ростов-на-Дону : РГУПС, 2014. – 214 с.
5. Прохвачева О. Г. Концепт «приватность» / О. Г. Прохвачева // Иная ментальность / В. И. Карасик, О. Г. Прохвачева, Я. В. Зубкова, Э. В. Грабарова. – М. : Гнозис, 2005. – С. 98–199.
6. Davies J. Discourse and computer-mediated communication / J. Davies // The Continuum Companion to Discourse Analysis. Ed. by Ken Hyland and Brian Paltridge. – London, New York: Continuum, 2011. – P. 228–243.
7. Heller M. Bilingualism as ideology and practice / M. Heller // Bilingualism: A social approach. Ed. by M. Heller. – Basingstoke : Palgrave, 2007. – P. 1–24.
8. Myers-Scotton C. Code-switching with English: Types of switching, types of communities / C. Myers-Scotton // World Englishes. – 2007. – N 8 (3). – P. 333–346.
9. Wardhaugh R. An Introduction to Sociolinguistics / R. Wardhaugh. – 5<sup>th</sup> ed. – Malden, Oxford : Blackwell, 2006. – 418 p.



## КОНФЕССИОЛЕКТ И ЭТНОКОНФЕССИОЛЕКТ: К КРАТКОЙ ИСТОРИИ ИЗУЧЕНИЯ В РОССИИ И ГЕРМАНИИ

Викторин В.М.  
г. Астрахань, Россия

**Аннотация.** В статье рассматриваются новые терминологические позиции автора и его коллег – ученых в публикациях из Баварии (Германия), Москвы, Нижнего Новгорода и др. за 2009–2019 гг. Ключевыми являются здесь понятие и термин «конфессиолект» (англ. "confessiolect", нем. "der Konfessiolekt, die Konfessionsprache"). А также производный от них конструкт «этноконфессиолект» ("ethnoconfessiolect"). Первые отсылают к вероисповедным особенностям речемышления и общения, второй – отражает специфику лингвокультур у этноконфессиональных общностей людей, исповедующих (при общем базовом, родном языке) разные религии или же их ответвления. Установлены начальные контакты учёных и имеются первичные результаты. Дело – за активизацией данной актуальной и полезной работы.

**Ключевые слова:** терминология, научные дискуссии, языки, религии-конфессии, этносы и субэтносы, конфессиолекты, этноконфессиолекты.

**Abstract.** The article observes newer scientific positions by the author and other scholars from Bavaria (Germany), Moscow, Nizhny Novgorod, etc. in 2009-2019. The main concept and term here is "Confessiolect" (Germ. "der Konfessiolekt, die Konfessionsprache"). Another connected construction of the author is "Ethnoconfessiolect". In the first case it refers to the confessional features of thinking and communicating. In the second, it reflects the specifics of linguocultures in ethno-confessional communities of people professing (on the basis of a common native language) different religions or their offshoots. Initial contacts have been established and primary results are available. The modern point is to activate this relevant and useful work

**Keywords:** terminology, scientific discussions, languages, religions-confessions, ethnic groups, confessiolects, ethnoconfessiolects

Постоянно, из века в век, развиваются живые языки, их варианты и речевая деятельность людей, а также углубляется процесс сложного и увлекательного изучения этого комплекса явлений. Рассматриваемая нами проблема весьма широка и разветвлена. Становятся всё более актуальными вопросы гибкой типологии «вид – стиль – жанр» в языке и речи, в факторах свободного выбора, а также в вытекающих аспектах общения и поведения людей, в их общей культуре и в отдельных этнокультурах, конфессиокультурах.

Значительное место в исследованиях занимают аспекты идентичности и идентификации людей, их общностей и групп (Э.Х. Эриксон, Э.Д. Хосбаум, Б. Бутрос - Гали, Фр. - Йош. Фукияма, Фр. Барт, М. Вебер, В.А. Тишков и Л.М. Дробизева, Дж. Стюард, Ал. Гройле, Л.В. Смирнягин и др.). Наряду с этим, самооценки соотносятся с «пограничным» взаимовосприятием по линии "мы – они, свои – чужие, in – out" (М. Элиаде, Э. Левинас, Ж.-П. Ш.-Э. Сартр, Дж.Ч. Тёрнер, В.Ф. Фельде, Л.Н. Гумилёв, Ю.М. Лотман, Б.В. Поршневу, А.Я. Гуревич, Е.Г. Плисов, Ю.Э. Ширков и др.). Имеется в виду, таким образом, и личная, групповая идентификация (самосознание), и взаимовстречные, «между»-оценки.

Предварительно заметим, что в общественной жизни и мышлении, в общении людей отдельные факты рассматриваемого материала и даже исследовательские приёмы проявляются в «конвергенциях» (в независимых совпадениях, научных «множественностях») (Е.Д. Поливанов и Р.О. Якобсон, К.В. Чистов, У.У. Ростом, Р.К. Мертон, К.Р. Поппер, Х. Цукерман, А.Д. Сахаров, В.А. и А.В. Ратнеры, Е.Л. Вартанова, П.А. Куценков и др.).

При этом они сопровождаются специфическими языковыми и речевыми вариациями – такими, как диалекты локальные и социальные, т.е. «социолекты», а ещё и сочетающие те и другие «этнолекты» (К. Беккер, М.Ф. Хоффман и Дж.А. Уолкер, А.Д. Швейцер, А.С. Герд, М.Е. Акулова, С.С. Трифанова и др.). Их число нарастает по ходу исследований. Неслучайно в английском языке не так давно появился термин, несколько неожиданный, но удобный и объединяющий: "a leet" – в значении обособленное ответвление от стандартной нормы [Универсальный англо-русский академический словарь [www](http://www); Ср. о «лэктах» же: Павлов 2011: 37].

В данном плане также характерны и показательны этнические и фольклорные сюжеты в людских общностях и группах, их культурах и лингвокультурах (семья Харузиных, К.В. Чистов и Р.Ф. Итс, Л.Н. Гумилёв, Ю.М. Лотман, В.А. Тишков, А.С. Герд и др.). В 90-х гг. XX в. автором во время экспедиций по югу России среди ираноязычных, тюркоязычных, адыгоязычных и др. этносов и групп был собран значительный материал таких «конфессиолектных различий» как приветствия, распознавания – «шибболеты», эмоциональные восклицания, типичные формулы, используемые в обыденном языке и в фольклоре, где прежде общие образы с узнаваемым названием могут приобретать разное и противоположное содержание – и вплоть до различной графики на письме и др. [Викторин 2018: 38–49 и др.].

Среди таких объединений людей следует особо выделить сплочённые, «общинные», или «коммунные» – с высокой внутренней сплочённостью и ответственностью, жёсткой ритуализацией жизни внутри и вовне, а также с чёткой маркированностью протекающих действий. И именно религия (с её языковым сопровождением), идущая от самых

древних верований, понимаемая и как стройная концепция, и как структура влияния, и как широкое умонастроение (от служения в клире, от фанатизма по жизни и строгой приверженности к обрядам и праздникам до простого «чувства отличности и сопричастности» и непостоянного обращения к традициям предков) – это важнейший многовековой оформляющий механизм такого рода общинной, просторанственно-временной устойчивости.

Многokrатно обращалось внимание на важнейшую связь религий и национальных языков, на значение того и другого при переводах (В.-К. Ф.-К. Фрайхер фон Гумбольдт, Э. Бенвенист, А.Д. Швейцер, В.А. Маслова, Н.Б. Мечковская, М.Е. Алексеев, Ю.С. Степанов, Ал. Гройле, Е.В. Плисов, С.В. Порошенко и др.). Однако мы не считаем единственно верным, когда за основу в науке и публицистике о религиях берутся канон и догматика, литургические («священные, благословенные») языки религий – обычно древние и непонятные или малопонятные для основной массы непосвящённых (так у И.В. Бугаёвой, А.И. Грищенко из г. Москвы, отчасти у С.Г. Павлова из г. Нижнего Новгорода). Впрочем, до тех пор, пока они не отражаются в обыденных языковых формах и фольклоре.

Воспринятые религии обычно легко «ложатся» на субстрат этноверований, прежнего «язычества». Весьма точно формулирует этот аспект наш нижегородский колл. С.Г. Павлов: такая «рецепция сопровождается корректировкой, т.к. .... от церковного идеала с необходимостью отличаются ... мирской образ жизни и народное благочестие. Притом последняя модель «одновременно и конфликтует, и сближается с ... религиозной (т.е. элитной в ней. – В.В.)» [Павлов 2015: 497].

В настоящее время в науке речь идёт о религии «бытовой, обыденной», или «традиционной» (В.Н. Басилов, Д.Е. Еремеев, Ю.М. и Т.Ю. Кобищановы, С.П. Поляков, И.В. Следзевский и др.), нередко, повторяясь, за пределами основных положений догматики и канона. Мы же предпочитаем обозначать такие явления «вероисповеданиями», или «конфессиями».

Предмет предлагаемых здесь доклада и статьи – языковые и речевые отражения такого рода вер и религий как исповеданий. Это новое направление в социолингвистике и диалектологии было конвергентно намечено с нач. 80-х гг. XX в. в разных странах и городах. И развернулось оно примерно с начала 2000-х гг. Оформление его пока ещё далеко не завершено.

Рассмотрим специально понятие «конфессиолект» с уточняющими его производными, с небезынтересной историей всех таковых. Автор обратился к данному кругу проблем в своём раннем докладе в г. Елабуге, Татарстан [Викторин 2002: 48-51]. Но именно указанный понятийный конструкт был предложен им в г. Дербенте, Дагистан, 29 марта 2009 г. и сразу же привлёк внимание прессы. Сообщалось, что на заседании учёных и общественности была введена «научно-лексическая

новация: редкий, ... ещё не прижившийся термин – конфессиолект ...», для ситуаций, когда вокруг Дербента и южнее, с проникавшим сюда западным ираноязычием – «татоязычием», «образовался сложный конгломерат ... форм религий и бытовых верований, обрядов – у этноконфессиогрупп, проживавших здесь по соседству, образующих .... целостный этнолингвистический массив» – как раз в сочетании именно таких конфессиолектов» [Викторин 2009: 9–12].

Трудно было и предположить, что очень схожая по терминологии работа параллельно проводилась в Баварии (юж. Германия: гг. Байройт, Мюнхен, Нюрнберг, Регенсбург, Эрланген и др.). Здесь, под руководством проф. Роберта Хиндерлинга (1935–1991), жившего и работавшего сначала в г. Тюбингене, а затем в г. Регенсбурге, были развёрнуты экспедиции (в 1983–1999 гг.) по составлению «Северобаварского языкового атласа – SNOB» (Роб. и Анн.-Мар. Хиндерлинг, Йог. Шмук, Юрг. Крапман, А.Р. Бахман, Кат. Шубауэр и др.).

После проф. Роб. Хиндерлинга эту работу возглавил докт. филологии, лингвист и архивист Йоганн Шмук; с 2004 г. началась серия публикаций материалов экспедиций с их теоретическим осмыслением [Hinderling 2013: 125–136; Sprachidentität 2013 u.and.]. Последователи проф. Хиндерлинга и докт. Шмука начинали выходить «за пределы» Германии, «охватывая» исследованиями более южные, крайне профессионально – многообразные регионы [Model Case for Borderland Minorities in the Balkans 2007; Steinke, Vosse 2007-a.: 7-13; Steinke, Vosse 2007-b: 139-147].

В г. Нижнем Новгороде с 2000 г. обратился к данной проблеме и нынешний доктор филол. наук, германист, доц. Е.В. Плисов [Плисов 2015: 50–73; Плисов 2018: 41]. Немногим позже ею занялся русист, методист и специалист по православию доц. С.Г. Павлов [Павлов 2011: 36–46; Павлов 2015: 496–499]. Который признал, что был уже отчасти знаком с более ранними понятийными наработками «немецкоязычных» коллег [Павлов 2011: 37].

С июня 2015 г. автором предпринимались попытки организовать общение между учёными, занимающимися «конфессиолектом». Речь шла о совместных, в перспективе, научных и научно - практических конференциях. Получены были доброжелательные и заинтересованные ответы от доц. С.Г. Павлова («электронной» почтой: от 24 января 2015 г., 17 июня 2015 г., 12 декабря 2015 г.) и от доц. Е.В. Плисова (обычной почтой: от 14 октября 2015 г. и 2 марта 2019 г.).

После неудачного обращения в г. Тюбинген («адресат не обнаружен»), в сер. сентября 2017 г. из г. Регенсбурга пришёл любезный ответ от докт. Йог. Шмука, нашедшего наше нераспечатанное письмо на рабочем столе проф. Роб. Хиндерлинга в доме его вдовы, г-жи Анн.-Мар. Хиндерлинг («не знала, что делать с ним») [Вся переписка – в личном архиве автора]. Но вскоре общение с западноевропейскими коллегами оказалось более затруднительным, по обстоятельствам

явно политическим. В РФ же обстоятельный обзор публикаций «по конфессиолекту» и наметившихся оттенков версий предпринял доц. Е.В. Плисов [Плисов 2015: 51, 59–60].

Приемлемым представляется определение автора: «конфессиолект – религиозно окрашенный вариант языка и производная модель речи» [Викторин 2015: 10]. Более подробная дефиниция была предложена С.Г. Павловым: конфессиолект – «обусловленная особенностями определённого вероучения подсистема ... национального языка, обслуживающая коммуникативные (и информационные) потребности ... религиозного объединения» [Павлов 2011: 37; Павлов 2015: 496].

Интересна идея доц. С.Г. Павлова о классификации конфессиолектов русского языка на «вероучительные» (церковные, вплоть до «патристических»), «мирские» (народно-конфесс.) и «светские» (народно-секуляр.) [Павлов 2015: 496–497]. Но автору данной статьи видится, что (см. выше) первые можно отнести к языку профессионального служения в храмах и монастырях, а также объединить вторые и третьи, хотя и с разной степенью глубины отношения к религии. Далее, доц. С.Г. Павлов склонен расширить понимание конфессиолекта с включением в него как языка, так и дискурса, т.е. объединить под одним термином как «концептосферу» (мировоззрение), так и собственно языковые средства [Павлов 2015: 496]. Это перспективно и требует дальнейшей отработки.

Привлекают внимание и интерес и мысли коллеги о сути и качестве конфессиолектов в языковых явлениях. А именно о том, что это не «стиль» (т.е. произвольно избираемый. – В.В.), а «разновидность» и «подсистема языка» [Павлов 2011: 37–38], имеющая автономность и неперменная для носителей. С этим соглашается, уточняя своё определение, и доц. Е.В. Плисов. В его нынешней версии, «конфессиолект – разновидность религиозного языка, использование которой обусловлено конфессиональными особенностями религиозной общины» [Плисов 2018: 17; Плисов 2015: 59–61]. При общей незначительной тавтологии («конфессиональное – религиозное» и т.п.), приведённые определения во многом совпадают. И идентификация, и информация – коммуникация внутри конфессии вполне могут быть основами для изучения конфессиолектов.

Однако, отчасти определились и расхождения в подходах. Мягко упрекая автора в подчас излишней, как они считают, и не всегда оправданной и легко доступной «этнизации» подхода к конфессиолекту, коллеги всё же приветствуют уточняющие термины «этноконфессиолект» (при бытовом языковом и речевом общении, с его вероисповедно-общинной спецификой) и «субэтноконфессиолект» (в компактном проживании религиозно-обособленной этногруппы) [Ср.: Плисов 2015: 60]. Несомненно, что такое «гнездо "лектов"» будет только разрастаться.

Но для автора тоже представляется сомнительным то, что Е.В. Плисов ориентируется, почти полностью, на немецкоязычное христианство разных ветвей (протестантизм, католичество, а с недавних пор – и православие) в группе стран Европы [Плисов 2018: 22–23], а С.Г. Павлов исходит именно из письменной, «литературной» русской языковой формы (с учётом явных церковнославянизмов), без стилистического противопоставления ей конфессиолекта [Павлов 2015: 496, 498–499]. Для нашего же ракурса наиболее значим разговорный язык, вплоть до диалектного.

Автор данной работы признателен доктору филол. наук Е.В. Плисову, согласившемуся с выводом, что на юге России и в целом «этнокультурная специфика может создаваться не только в «собственной» среде, но и в контактах с одноязычными иноверцами и иноязычными единоверцами» [Плисов 2015: 60]. Предельно любопытно и перспективно, но требует уточнения на местах предположение уваж. германиста, что существуют и выделяемы «конфессиолектные признаки» первичные, заданные, и вторичные, приобретённые (!), при этом вторичные проявляются «при взгляде со стороны», т.е. «через соседей» [Плисов 2015: 60].

Заметно раньше россиян, ещё до нач. 90-х гг. XX в., сформулировал своё понимание конфессиолекта проф. Хиндерлинг в Германии, а его коллеги – последователи позже опубликовали этот материал в память об учителе. В нём утверждается, что конфессиолект – это «конфессионально обусловленный вариант языка, в совокупности с другими социальными факторами, и конфессиональная принадлежность призвана выполнять четкую идентифицирующую функцию в условиях поликонфессиональности общины» [Hinderling 2013: 135].

В полевом материале коллег из Баварии, похоже, подтверждается предположение доц. Е.В. Плисова о «первичном и вторичном» в конфессиолектной специфике. Так, на северо-западе Баварии существуют селения с «особыми говорами» (“Sondermundarten”), где преобладают либо жители – лютеране, либо католики. И при встречах и беседах легко угадывается, в принципе, «кто откуда и какой веры». Но в других «сёлах, где представлены сразу два условно выделяемых вероисповедных варианта, обнаруживается целое ... созвездие (“die Konstellation”) речевых, языковых форм – того, что и обозначается как «конфессиолект», “der Konfessiolect“» [Hinderling 2003: 135]. Таким образом, даже при взаимодействии и смешении «сельских конфессиолектов» решающее значение имеет бытовое восприятие их носителями друг друга. А это то, что автор ранее обозначил как усугублённые, «переходные» (сближающиеся, либо расходящиеся) ситуации “мы – они, in – out”.

И получается, что в постижении темы «конфессиолект» без «этнических» аспектов как «внутри» этноса так и «вне» его (нем. “der Volkskunde, die Völkerkunde”) всё же не обойтись. Этому есть много



подтверждений. Ещё важнее, что оба российских исследователя сами явно и вольно или невольно тяготеют и неизбежно обращаются к такого рода «этнической» проблематике, а, значит, – к «этноконфессиолектам».

Так, у доц. Е.В. Плисова возникали некоторые трудности в определении статуса языка и речи немецкоязычных евреев – иудеев Германии. И в условиях современности Е.В. Плисовым предложен термин «иудейский этнорелигиолект» [Плисов 2015: 16, также 22–23]. Но невозможно оставлять в стороне жителей страны, использующих язык идиш.

Предположим, что в отношении немецкоязычного еврейства мы имеем дело с «конфессиолектом вне христианства». Другое дело язык «идиш-тайч», который сложился к XIV в. из немецкого «этноконфессиолекта» и развился в отдельный язык (так же как отмежевываясь много позже дунганский исламский «этноконфессиолект» от северо-китайского «байхуа»).

С.Г. Павлов, несколько неожиданно, в рассуждениях о «перекодировках» канонических текстов в бытовую сферу русских, обратился к воспоминаниям знаменитого социолингвиста и переводчика из г. Москвы А.Д. Швейцера, побывавшего в иракском г. Багдаде в 70-х гг. XX в. [Павлов 2011: 37; Швейцер 2012: 63–65]. Фрагмент частный, но важный: сосуществование тогда в Багдаде городских христианского и мусульманского «диалектов» арабского языка. Верно, в столице Ирака прежде находились 2–3 крупных христианских квартала (трудно утверждать что-либо после войны весной 2003 г.). Эти диофизиты – несториане, иначе «халдо-униаты» имели один с соседями-мусульманами разговорный (с оттенками в этноконфессиолектах) арабский язык. Литературным для них всех был классический арабский. А вот культово-литургическим языком у этих христиан-арабов был и остаётся семитский, но иной: древний сиро-арамейский.

В Баварии группа последователей Роб. Хиндерлинга и Йогн. Шмука (Кл. Штайнке, Хр. Фоссе и др.) обратилась, вне Германии, к богатым и неоднозначным балканским материалам [Model Case for Borderland Minorities in the Balkans 2007; Steinke, Vosse 2007-a.: 7-13; Steinke, Vosse 2007-b: 139-147]. Они используют термин «конфессиолект» (die Konfessionsprache) как прикладной (для «лишь нескольких лексических единиц»), при изучении речевых и языковых особенностей славян – мусульман Боснии и Герцеговины, близких им македонцев – «торбешей» и «помáков» – болгар. А также «пальчáн» из историч. области Банат, болгар-католиков, с границ между Сербией, Румынией и Венгрией. Это всё уже абсолютно близко к нашим версиям об «этноконфессиолектах» и «субэтноконфессиолектах» и подтверждает общие тенденции в исследованиях.

Итак, в России и в Германии, при изучении конфессиолектов и близких им явлений, просматриваются «сходящиеся параллельные

прямые», как в знаменитой релятивной теории I-ой пол. XX в. Прослеживается целый ряд тем перспективных и увлекательных исследований, с широким полем новизны. Учёные сходятся в том, что конфессиолект – реальное явление. Тогда как подходы и методы исследования существенно разнятся. Представляется целесообразным активнее привлекать молодежь к разработке научных проблем на стыке различных отраслей знаний. И новые результаты, крупные и полезные для науки и практики, без сомнений, последуют.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Викторин В. М. Новые термины гуманитарного знания – "религиолект", "конфессиолект" и их этнические варианты в России и Германии (ход дискуссий о них и переписка учёных) / В. М. Викторин // Современные проблемы филологии и методики преподавания иностранных языков : мат-лы V междунар. заочной науч. конф. (г. Астрахань, 27 апреля 2018 г.). – Астрахань : Сорокин Роман Вас., 2018. – С. 38–49.

2. Викторин В. М. Новейшая проблематика "конфессиолекта" и "этноконфессиолекта": становление терминологии, связи российской и германской традиций / В. М. Викторин // Современные проблемы филологии и методики преподавания иностранных языков : мат-лы III междунар. заочной науч.-практ. конф. (г. Астрахань, 27 апреля 2015 г.). – Астрахань : Изд. дом «Астраханский университет», 2015. – С. 10–17.

3. Викторин В. М. Горские евреи - "джухуры" и другие татоязычные этногруппы Дербента и района Самурской долины / В. М. Викторин // История, историография и этнография горских евреев : мат-лы регион. науч. конф. (г. Дербент, 29–30 марта 2009 г.). – Махачкала – Дербент : ДагНЦ РАН, Мэрия г. Дербента, 2009. – С. 9–12.

4. Викторин В. М. Этнолингвистическая маргинальность (межязыковое транзитное состояние) развития народов, их языков и диалектов / В. М. Викторин // Актуальные проблемы тюркской и финно-угорской филологии: теория и опыт изучения : мат-лы Всерос. науч.-практ. конф. К 70-летию проф. Л.Ш. Арсланова (г. Елабуга, 10–11 декабря 2002 г.). – Елабуга : ЕГПИ, 2002. – С. 48–51.

5. Павлов С. Г. Концептуально-семантическая тригlossия русской культуры / С. Г. Павлов // Вестник Нижегородской университета им. Н.И. Лобачевского (сер. «Языкознание»). – Нижний Новгород: НГПУ. 2015. – № 2 (2). – С. 496–499.

6. Павлов С. Г. Национал. язык, функционал. стиль и социолект. Признаки конфессиолекта (Тема № 4) / С. Г. Павлов // Семантика языковых единиц. Внешняя лингвистика: учеб. пос. по доп. спец - там ст - там филологич. фак-та. – Н. Новгород : НГПУ, 2011. – С. 36–46.

7. Плисов Е. В. Немецкий религиозный язык в условиях поликонфессиональности: опыт лексикографического и дискурсивного описания : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Е. В. Плисов. – М., 2018. – 41 с.

8. Плисов Е. В. Региолекты и конфессиолекты в структуре современного немецкого дискурса / Е. В. Плисов // Вестник Нижегород. гос. лингв. ун-та им. Н.А. Добролюбова. – Н. Новгород : НГЛУ, 2015. – Вып. 31. Ч. I. – Язык и культура. - С. 50–73.

9. Универсальный англо-русский академический словарь / Universal English Academy. – Режим доступа: [www.universal\\_en\\_ru.academic.ru/1477456/lect](http://www.universal_en_ru.academic.ru/1477456/lect), свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. англ. и рус. (дата обращения: 30.07.2021).

10. Швейцер А. Д. Современная социалингвистика: Теория, проблемы, методы / А. Д. Швейцер. – М. : Либроком, 2012. – 176 с.

11. Hinderling R. *Wej mir sog'n. Sprache und Identität des Mundartsprechers in Nordostbayern. Erfahrungen bei der Erhebung des Materials für den Sprachtlas von Nordostbayern* / R. Hinderling // *Sprachidentität: Identität durch Sprache. Eine Sammlung von Artikeln* / Eberhard Karls St. Universität. – Tübingen: Gunt. Narr Verlag, 2013. – S. 125–136.

12. *Model Case for Borderland Minorities in the Balkans* (Serie “Studien zur Sozialistischen und Postsozialistischen Festkultur / Südosteuropa - Studien”. Bd. 73) / Eds. Kl. Steinke and Chr. Vosse. – Munich: Ot. Sagner Verlag / Gesellschaft “Südosteuropa”, 2007. – 278 p.

13. *Sprachidentität: Identität durch Sprache. Eine Sammlung von Artikeln* / Eds. Hrsg. N. Janich und Chr. Thim - Mabrey / Eberhard Karls St. Universität. – Tübingen: Gunt. Narr Verlag, 2013. – 230 s.

14. Steinke, K., Vosse, Ch. *Einführung* / K. Steinke, Ch. Vosse // *Minorities in the Balkans* (Serie “Studien zur Sozialistischen und Postsozialistischen Festkultur / Südosteuropa - Studien”. B. 73). – Munich: Ot. Sagner Verlag / Gesellschaft “Südosteuropa”, 2007-a. – S. 7–13.

15. Steinke K. *Die Pomaken in Griechenland und Bulgarien als Musterfall balkanischer Grenzminderheiten* / K. Steinke, Ch. Vosse // *Minorities in the Balkans* (Serie “Studien zur Sozialistischen und Postsozialistischen Festkultur / Südosteuropa - Studien”. B. 73). – Munich: Ot. Sagner Verlag / Gesellschaft “Südosteuropa”, 2007-b. – S. 139–147.

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДИАЛЕКТНЫХ ФОРМ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В ТВОРЧЕСТВЕ Д.ТОМАСА (НА ПРИМЕРЕ УЭЛЬСКИХ ДИАЛЕКТОВ)

Емельянова Н.А.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** В статье рассматривается использование уэльских диалектов английского языка в творчестве Дилана Томаса. Особое внимание уделяется грамматическим, лексическим и фонетическим особенностям валлийского варианта английского языка в произведениях известного валлийского поэта.

**Ключевые слова:** валлийский вариант английского языка, региональные диалекты, языковые вариации, художественный дискурс Д. Томаса

**Abstract.** The article deals with using of Welsh dialects of the English language in Dylan Thomas's works. It focuses on grammatical, lexical and phonetic peculiarities of Wenglish in his prose and poetry.

**Keywords:** wenglish, regional dialects, language variations, D. Thomas's artistic discourse

Творчество многих писателей и поэтов не было бы столь выдающимся, если бы оно привлекало к себе внимание исключительно своими образами и символами. Очень часто писатели достигают нужного им эффекта при помощи используемого языка, его варианта или же диалекта. Для этого может быть использована не только лексика, но и грамматика и даже фонетика. Очень часто нужного эффекта – будь то мелодичность, или резкость высказывания – можно добиться через грамматические формы языка и просодику. Это открывает перед писателями множество возможностей для описания образов, чувств и эмоций, а также для привлечения и удержания внимания читателей.

Валлийский вариант английского языка, прежде всего, выделяется на фоне остальных диалектов британского английского именно своей **грамматикой**. И в своём творчестве Дилан Томас (1914–1953) не боялся экспериментировать с множеством грамматических форм и даже изменений для достижения нужного эффекта [Thomas 2014: 47]. Отличительной чертой его творчества является использование различных частей речи в необычном стиле. Например, в стихотворении “Over Sir John's Hill” он использует глагол “wrestle” (бороться) вместо собирательного существительного в словосочетании “wrestle of elms”:

“To fiery tyburn over the wrestle of elms until  
The flash the noosed hawk  
Flash, and the plumes crack,  
And a black cap of jack–  
Daws Sir John's just hill dons, and again the gulled birds hare  
To the hawk on fire, the halter height, over Towy's fins,  
In a whack of wind”.

Несомненно, обратившись к любому англо-русскому словарю, мы обратим внимание на то, что данное слово может использоваться в качестве существительного. В валлийском английском данное слово употребляется исключительно как глагол.

В одном из самых знаменитых рассказов Томаса “A Child’s Christmas in Wales” происходит изменение грамматических форм глаголов в единственном и множественном числе, что является одной из основных черт, присущих валлийскому варианту английского языка:

“There won’t be there,” said Mr. Prothero, “it’s Christmas”.

“...and Mr. Prothero standing in the middle of them, waving his slipper as though he were conducting”.

“...it came shawling”;

“...there’s been hippos”;

“...it was trolls”.

Примеры данного явления можно обнаружить и в пьесе “Under Milk Wood” в разговорах некоторых героев постановки:

“...there’s wives for you”.

“How’s your bawls this morning?”

“And where’s their fathers live, my love?”

“...Always used to say that stout and ale

Was good for a baby in a milking pail”.

В этом же произведении Томас также усекает временные формы, что тоже считается нормой для валлийского варианта английского языка. Например, в реплике одного из героев “I never done what she said I never” мы явно видим употребление прошедшего совершенного времени (Past Perfect), однако в усечённой форме (глагола “to have” попросту нет) [Thomas 2014: 35].

В продолжение темы усечения временных форм стоит обратить внимание на следующие реплики героев:

“Where you get that nose from, Lily?”

“Where you get this smile, Lil?

Из словарного состава фраз нам становится понятно, что здесь используется прошедшее простое время (Past Simple), однако форма вспомогательного глагола “did” опущена.

В той же самой реплике, упомянутой выше, мы можем наблюдать ещё одно грамматическое явление валлийского варианта – множественное отрицание, которое используется как в устной, так и в письменной речи для усиления:

“I never done what she said I never”.

В валлийском варианте английского языка также отсутствует форма неопределённого артикля “an”. В некоторых диалектах определённый артикль имеет только форму [ðɪ], которая в стандарте встречается только в небольшом числе контекстов. Таким образом, вместо данной формы всегда употребляется «a»:

“a old tom cat”, “a inch”, “a egg”.

Вариантов произношения следующей реплики в традиционном английском может быть несколько, однако Томас выбирает форму, присущую именно валлийскому варианту английского языка с употреблением оборота с обстоятельством места “there is”:

“There’s a lovely morning!”

Чаще всего подобные мысли выражаются с помощью восклицательной конструкции с использованием местоимения «what» в начале, что выглядело бы как “What a lovely morning!” Мы чётко видим взаимосвязь двух вариантов – и валлийского, и английского – так как в обоих использован неопределённый артикль и одна и та же структура предложения. Ту же самую мысль можно традиционно выразить через местоимение “such” – “Such a lovely weather!” [Thomas 2014: 29].

У другой реплики “Who is it loves you?” тоже может быть два варианта в традиционном английском: здесь либо необходимо добавить подчинительный союз “who”, чтобы было бы более правильным для специального вопроса (“Who is it who loves you?”), либо упростить сам вопрос до простого “Who loves you?”. Томас не выбирает ни тот, ни другой вариант, и в очередной раз прибегает к так называемой «прыгучести» валлийского варианта английского языка с опущением/добавлением тех или иных слов.

Лингвист Лесли Джеффрис (1993) утверждает, что часто выбор лексики для своих произведений зависит у поэтов от разговорного языка. Влияние может быть из разных источников. Например, писатель решит использовать местный диалект какой-либо местности, исключительно разговорный язык, сленг или даже запрещённые слова [Ufot 2013: 128]. Причины подобного выбора также различны: желание вырваться из рамок стандартного языка, который часто кажется угнетающим, желание использовать разговорный стиль для определённых персонажей в стихах и намерение шокировать читателей с помощью слов, которые не часто встречаются в печати. Другие поэты превосходят ожидания читателей относительно лексического отбора, например, используя слова, которые относятся к одному синтаксическому классу, в другом. По такому же принципу используется такой стилистический приём как антимерия, который основан на употреблении слов одной части речи вместо другой с целью усиления экспрессии. Например, в своём стихотворении “A Grief Ago” Дилан Томас использует слово “grief” (горе) для обозначения времени вместо стандартных фраз наподобие “a year ago” (год назад) [Emery 2016: 126]. Для объяснения данного выбора нам стоит вновь обратиться к образности и символизму, которые в избытке можно обнаружить в произведениях поэта. Данное стихотворение изначально задаёт мрачное настроение, образность сведена к минимуму, однако чётко прослеживаются эмоции автора. Это стихотворение не «поёт» как большинство других работ писателя, оно в какой-то степени «скорбит» по тому образу жены Томаса Кейтлин Макнамара, которая до самой смерти была верна поэту,



несмотря на нестабильные и столь бурные отношения, связанные со злоупотреблением алкоголем и взаимной неверности. Томас опечален тем, что его собственная жена недостаточно откровенна с ним: раскрываясь перед другими мужчинами, с ним она ведёт себя замкнуто, если не скромно (отсюда и «горе Томаса» (Thomas' grief)):

"A grief ago,  
She who was who I hold, the fats and the flower,  
Or, water-lammed, from the scythe-sided thorn,  
Hell wind and sea,  
A stem cementing, wrestled up the tower,  
Rose maid and male,  
Or, master venus, through the paddler's bowl  
Sailed up the sun".

Поэт вновь делает отсылки к религии, греческой мифологии и, в какой-то степени, даже к зоологии.

Вне всяких сомнений, тексты автора наполнены лексикой языка коренного населения Уэльса. Валлийская лексика представлена именами собственными двух семантических групп:

1. Географические названия, особенно города и местности: Llaregyb, Bethesda, Kidwellj;

2. Имена персонажей: Myfanwy, Tawe, Parchedig.

Вне всяких сомнений, в работах Дилана Томаса можно найти множество примеров использования слов валлийского варианта английского языка. Например, в рассказе "Return Journey" он описывает действия школьника следующей фразой:

"...who mitched, spilt ink, rattled his desk and garbled his lessons with the worst of them".

Слово «mitched» является местным термином Уэльса, обозначающим прогульщика, причём в данном случае оно употреблено в роли глагола в форме прошедшего времени, хотя изначально выступает в роли существительного [Greenway 2014: 102].

Также, в стихотворении "In the White Giant's Thigh" он использует слово "gambo" (фермерская телега) в следующем отрывке:

"And the mole snout blunt under his pilgrimage of domes,  
Or, butter fat goosegirls, bounced in a gambo bed..."

Данное слово появилось в английском языке в середине XIX века, и с тех пор значение своё не меняло. Очевидно, в данном фрагменте оно используется как прилагательное для обозначения неудобной кровати.

В рассказе "Quite Early One Morning" он употребляет слово "billyduckers", видоизмененный вариант валлийского слова "bilidowcar", которое обозначает «баклан/обжора»:

"...important place of herons, cormorants (known here as billyduckers), castle, churchyard..."

Ближайшее слово в английском языке с подходящим значением это “cormorant”, на что Томас сам же и указывает в своём произведении, тем самым в очередной раз подчёркивая уникальность языка своей родины.

Выше нами уже было упомянуто стихотворение “Over Sir John's Hill”, в котором глагол использовался вместо существительного. Однако отдельно стоит обратить внимание на существительное “tyburn”:

“To fiery tyburn over the wrestle of elms until  
The flash the noosed hawk  
Flash...”

При консультации со словарём английского языка мы обнаружили, что это название места казни в Лондоне, расположенного на одноимённом притоке Темзы под названием «Tyburn». Других представленных значений данное слово не имеет, однако в стихотворении мы явно видим, что оно написано с прописной буквы, а значит, Томас подразумевает нечто иное. Далее мы обратились к уэльско–английскому словарю и обнаружили, что слово «tyburn» в английском языке аналога не имеет, однако в соответствии с местностью там указан вид дерева под названием «Tyburn tree» [Nofal 2011: 51]. Отсюда следует, что Томас не просто в некоей степени изменил значение использованного им валлийского слова, но и использовал прилагательное вместо существительного для обозначения предмета в своём произведении, в данном случае дерева, произрастающего на территории реки.

В радиопостановке Дилана Томаса можно найти большое количество примеров использования слов валлийского варианта английского языка и даже слов старого валлийского языка. Одним из таких является существительное «churn», которое возникло в языке в далёком XIV веке и изначально выглядело в валлийском языке как “curn/cygn”, а на русский язык переводится как «маслобойка» или «мешалка»:

“Ocky Milkman, drowned asleep in Cockle Street, is emptying his churns into the Dewi River”.

В той же пьесе используется глагол “doff”, архаизм, крайне редко встречающийся в современном английском языке, аналогом которого на данный момент является глагол “to take off”:

“...with winds gloved and folded, and dew doffed”.

Также стоит отметить, что данный глагол может переводиться не только как «снимать определённый предмет одежды», но и как «снимать/поднимать шляпу в знак приветствия».

В реплике одного из персонажей пьесы мы можем наткнуться на слово «aitch»:

«I don't care if he does drop his aitches so long as he's all cucumbers and hooves».

Обратившись к словарю английского языка, мы обнаруживаем, что данное слово пишется с согласной “h” - haitch, которая в традиционном английском языке произносится, однако в некоторых диалектах –

в числе которых валлийский – в начале эта согласная не произносится и не пишется.

Несмотря на то, что фонетика является разделом лингвистики, который изучает звуки речи и звуковое строение языка, очень часто при анализе литературных работ тех или иных авторов её связывают со стилистикой. Фонетика открывает перед писателем множество возможностей и способов передачи эмоциональной окраски, настроения и даже информацию о персонажах.

Помимо местного сленга, в своих произведениях Дилан Томас часто использовал валлийские интонации, музыкальность и структуру валлийского варианта английского языка [Penhallurick 2004: 99]. Простой, но интересный пример из сборника прозаических рассказов “Portrait of the Artist as a Young Dog”: “She was about eighteen and a fine-looking girl, not a film star, mind, not Mr. Roberts's type at all”. Очень часто валлийцы заканчивают предложения «броскими» словами и фразами, такими как “mind you”, “is it?” и “I'm doing such and such, I am”.

Множество примеров подобных фонетических изменений можно обнаружить при прослушивании одной из самых знаменитых работ Дилана Томаса, пьесы “Under Milk Wood”, которую он написал в 1949 году специально по заказу BBC, и которая позже была адаптирована для постановок на сцене. Томас лично принимал участие в записи своего произведения специально для радиовещания [Walters 1982: 286]. Пример употребления структурности валлийского варианта английского варианта наблюдается в диалогах между героями пьесы:

“It was doctored, mind”.

Через данные примеры можно проследить тенденцию валлийцев к добавлению окончаний фраз, которые придают речи некую беглость и прыткость и даже добавляют образности к речи обычных горожан:

“Mrs Butcher Beynon with her pet black cat, it follows her everywhere, miaow and all”.

Отдельного внимания заслуживает, прежде всего, такое простое английское слово как “black”, транскрипция которого в огромном количестве словарей представлена с открытым гласным звуком [æ] – [blæk]. Однако в радиопостановке мы можем чётко услышать, как Томас заменяет звук на краткую гласную [e], вследствие чего слово звучит как [blek]:

“...wood limping invisible down to the sloeblack, slow, black, crowblack, fishing-boatbobbing sea”.

Примечателен также тот факт, что в данном фрагменте слово произносится иначе и в других своих вариациях, будучи частью двух составных прилагательных [Quirk 1985: 274].

По мере прослушивания аудиопостановки можно также ясно услышать особенности в произношении глагола «hear», которое и в американском, и в британском варианте английского языка всегда произносится как [hiə(r)]. В пьесе данный глагол звучит аналогично

местоимению “her” ([hɜr]), но с удлинением – [hɜ:r]. Дифтонг [ɪə] заменяется долгим, напряжённым согласным [z:], вследствие чего поначалу сложно понять, тот ли глагол нам слышится:

«And you alone can hear the invisible starfall...»

В то время как дифтонги в некоторых словах становятся короче и даже меняются на другие гласные звуки, в некоторых словах наблюдается обратный феномен. В слове “crash” (традиционно, [kræʃ] и в английском, и а в американском языках) краткий открытый гласный звук [æ] меняется на дифтонг [ei], вследствие чего мы слышим [kreiʃ]:

“I love you more than all the flannelette and calico, candlewick, dimity, crash and merino...”

При дальнейшем прослушивании пьесы мы можем также услышать, как в шуточном стихотворении слово “little” произносится “li’l”, где апостроф обозначает гортанную смычку:

“This little piggy went to market

This little piggy stayed at home

This little piggy had roast beef

This little piggy had none

And this little piggy went...” [Thomas 2014: 54]

Примечателен тот факт, что помимо валлийского варианта английского языка этим феноменом отличается также диалект «кокни». Следует отметить, что в письменной речи глоттализация почти никак не влияет на произношение слов в валлийском английском, она наблюдается лишь в редких случаях.

В своё время отличительной чертой валлийского варианта английского языка было усечение глагольных форм, которое мы вновь можем наблюдать в речи персонажей постановки:

“I don’t want persons in my nice clean rooms breathing all over the chairs”.

Традиционное произношение фразы “I don’t want”, присущее разговорному литературному английскому вытесняется в пользу “I doh wannw”.

Изредка в валлийском варианте английского языка вместо безударного [ə] встречается [a]: [a’bəv] “above”, что отчётливо слышно в радиопостановке, особенно с учётом того, что там слышны оба варианта, традиционный:

“How’s it above?” [ə’blv]

И валлийский вариант:

“And high above, in Salt Lake Farm, Mr Utah Watkins counts...” [a’bəv]

При прослушивании записи, где Дилан Томас читает своё стихотворение “Do Not Go Gentle Into That Good Night” мы можем услышать, что он иначе произносит существительное множественного числа “men”. Звук соответствует произношению в стандартном английском [men], однако краткая гласная всегда эффузируется Томасом.

Дилан Томас также лично зачитал свой рассказ “Quite Early One Morning”, очерк о его детских воспоминаниях. При прослушивании записи мы можем обратить внимание на то, что при произношении слова “album” первая гласная звучит иначе. В традиционном английском это слово произносится с кратким открытым звуком [æ] в начале слова – [ˈælbəm]. Однако Томас заменяет его на краткий ненапряжённый гласный [ʌ], таким образом, слово произносится как [ˈʌlbəm].

Несмотря на то, что Дилан Томас был уроженцем Уэльса и считается представителем общества поэтов–валлийцев, писавших на английском языке, он был категорически против соотношения себя со своей родиной. Однако его близкие и поэты–современники отмечали присущие ему черты истинного валлийца, выделявшие его даже среди типичных представителей данного народа. Помимо яркой образности и символичности, поэтический слог Томаса отличается тонким переплетением традиционного английского и валлийского варианта английского языка. Поэзия Томаса позволяет отследить различные аспекты валлийского диалекта в полной мере и изучить их с разных сторон.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Doctor Nofal, Khalil Hassan. Syntactic Aspects of Poetry: A Pragmatic Perspective / Doctor Khalil Hassan Nofal // International Journal of Business and Social Science. – September 2011. – Vol. 2, No. 16. – 63 p.
2. Emery Clark. The World of Dylan Thomas / Clark Emery. – University of Miami Press, 2016. – 319 p.
3. Greenway William. The Poetry of Personality: The Poetic Diction of Dylan Thomas / William Greenway. – Lexington Books, 2014. – 116 p.
4. Penhallurick R. Welsh English: phonology / R. Penhallurick // E. W. Schneider (eds) A Handbook of Varieties of English: Phonology, Mouton de Gruyter. – Berlin, 2004. – P. 98–112.
5. Quirk R. A Comprehensive Grammar of the English Language / R. Quirk, S. Greenbaum, G. Leech, and J. Svartvik. – London: Longman, 1985.
6. Thomas Dylan. Under Milk Wood: The Definitive Edition / Dylan Thomas. – W&N; 01 Edition, 2014. – 160 p.
7. Ufot Bassey Garvey. Phonology and Stylistics: A Phonaesthetic Study of Grey’s “Elegy Written in a Contry Churchyard” / Bassey Garvey Ufot // English Linguistics Research. – Sciedu Press, 2013. – Vol. 2, No. 2. – 125 p.
8. Walters R. J. English in Wales and a ‘Welsh Valleys’ accent’ / R. J. Walters // World Englishes. - Blackwell Publishers, Oxford, 2001. – Vol. 20. No. 3. – P. 285–304.

## ЭТИКЕТНАЯ ЛЕКСИКА: ЛЕЗГИНСКИЙ И АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫКИ

Вердиханова Ф.Б., Иртуганова Э.Д., Павлова Г.Ш.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** В статье рассматривается функционирование проблемы отражения национально-культурной информации в системе языка и в речи - одна из актуальных проблем лингвокультурологии. Дается сопоставительно-типологический анализ формул этики речи, определяется их многогранность.

**Ключевые слова:** речевой этикет, национальная культура, нормы вежливости, менталитет, формы межличностной коммуникации

**Abstract.** The article deals with the functioning of the problem of reflection of national-cultural information in the language system and in speech - one of the actual problems of linguoculturology. A comparative and typological analysis of the formulas of speech ethics is given, their versatility is determined.

**Keywords:** speech etiquette, national culture, norms of politeness, mentality, forms of interpersonal communication

Между языком и культурой присутствует взаимозависимость, которая наблюдается не только в том, что культура формируется, но и некоторым образом и передается посредством языка. По мере развития культуры возрастает типичность и схематичность смысла слов. Вильгельм фон Гумбольдт впервые обозначил тему языка и культуры в лингвистике. На современном этапе формирования языкознания широко известными стали следующие принципы философии языка Вильгельма фон Гумбольдта: «Язык имеет тесную связь с нравственным развитием человечества и сопровождает его на каждой ступени его развития или спада, передавая каждую стадию культуры» [Гумбольдт 1984: 48].

Этикет речи, который отражается в установленных принципах и нормах вербального поведения, в последнее время является предметом исследований, охватывающим разные области языкознания, включая и вопросы исследования этнической ментальности. Одни и те же определения и понятия в отечественной и иностранной литературе обозначены разными терминами: речевой этикет – это присутствие вежливых речевых единиц, которые позволяют снизить категоричность речи, помогают выразить несогласие говорящего в предельно мягкой форме для слушающего. В английском языке существует термин вербальная/ лингвистическая вежливость (verbal/ linguistic politeness).

Этикетные нормы вежливости носят конструктивный и практический характер, определяют речевое поведение субъекта в общении. Любезные отношения между собеседниками формируются



из коммуникативных побуждений говорящего, которые выражаются в корректном подборе и исполнении лингвистических средств речевого этикета. Таким образом в англоязычных культурах вежливость направлена на то, чтобы найти разумный способ уравновесить интересы, создающие приятные условия для осознанного и эффективного общения.

Формы межличностной коммуникации на различных лингвистических уровнях нередко рассматриваются в исследовательских работах иностранных ученых. Интерес ученых сосредоточен на речевых актах применяемых говорящим, чтобы выразить свое отношение к собеседнику. Отношения между говорящим и адресатом регулируются правилами вежливости, которые предназначены соответствовать потребностям последнего. Р. Лакофф отмечает следующие категории вежливости и нормы речевого общения, которым следует соответствовать в общении формальном (Не будь навязчивым), неофициальном (Оставляй адресату право осуществить свободный выбор) и интимном (Будь дружелюбен). Другие параметры для обозначения вежливости использует Дж. Лич, это: затраты / выгоды, факультативность / обязательность, косвенно / прямо. С помощью данных норм определяется степень такта, существенно важная в рассматриваемой ситуации общения, речевые усилия, прилагаемые говорящим в отношении к собеседнику. Исходя из данных норм следует, что ответственность за осуществление успешной и эффективной коммуникации ложится на говорящего, который обязан считаться с интересами собеседника.

В работах зарубежных ученых рассматриваются вопросы речевого этикета, целесообразные для норм социального речевого поведения и связанные с соблюдением указанных норм общения в статусно-ролевых отношениях «вышестоящий / нижестоящий», «свой / чужой». Данные нормы систематически употребляются в конкретных коммуникативных ситуациях и расцениваются носителями национальной культуры как указатели этих ситуаций.

Формулы обращения с точки зрения этики речи многообразны. В некоторых случаях формулы состоят из простой информации об одном из собеседников, в других случаях формулы выразительно передают социальные взаимосвязи между говорящими.

Лингвистические сравнительные анализы формул этики речи дифференцируют их многогранность, этнокультурные особенности общения и способствуют выявлению характеристик национального менталитета.

В лезгинском языке существуют следующие обращения к родителям: диде «мать», буба «отец», дах «отец», бах «мать». Преимущественно применяются такие абстрактные единицы, как диде «мать» и буба «отец». Нередко в речи встречается отсечение первого слога данных звательных форм обращения, по этой причине они существуют в языке как моносемы *де* и *ба*. В английском языке наряду

с обращением к отцу *father* часто употребляются и такие разговорные формы, как *da, dad, dada, daddy, pa, pap, papa, pop, poppa* и обращения *mother – mam, mamma, mom, momma, mum, mummy* и т.п. [Халимбекова 2012: 6].

Существенные расхождения обнаруживаются в лезгинском и английском языках и в использовании лексем «дядя» и «тетя». Несходство существует преимущественно из-за того, что в лезгинском языке дядя со стороны отца и дядя со стороны матери обозначаются разными лексемами. Брат матери – *халу* «дядя», находит применение в функции обращения как к родному дяде, так и при обращении к постороннему мужчине любого возраста; брат отца – *ими* «дядя» – относится только к определению родства. Мы находим еще одно различие в том, в английском языке слово «дядя» стоит перед именем собственным, а в лезгинском после личного имени. Аналогичная позиция относится и к слову «тетя». Также в лезгинском языке представлены два слова со значением «тетя»: *хала* (сестра матери), *биби* или *эме* – лексемы, которые употребляются для обращения как к родной тете со стороны отца, так и к любой взрослой женщине.

Ряд междометий, в которых отражается череда бытовых обрядностей и эмоций обслуживают область деятельности речевого этикета, также являются своеобразными экспрессивными языковыми жестами, которыми обмениваются знакомые в разных случаях жизни. Например: *вагъ бабай!* – восклицание, выражающее удивление, радость (нет дословного перевода); *вай-вай!* – восклицание при плаче; *йикъ!* (разг.) – восклицание при споре, не имеющее прямого отношения к его переводу типа «Ну да!», «Мало тебе!» и т.д. (букв.: «умри»). Наравне с данными междометиями, которые выражают собственно эмоциональную реакцию человека, в лезгинском языке существует ряд речевых клише – самостоятельных слов и их сочетаний, в которых когнитивное и семантическое значения вытеснены эмоциональным компонентом. Например: «*леззет*» (*вкус; услада*), «*дарман*» (*лекарство; снадобье*), «*квахъ*» (*прочь!*) и т.д.

В английской филологии отсутствует единое мнение по вопросу о месте междометия в системе частей речи: по мнению одних лингвистов междометия представляют собой самостоятельную часть речи, а другие вовсе не относят их к основной структурной единице языка. Некоторые лингвисты относят междометия к знаменательным частям речи (Иофик, Ильиш). Другие приписывают их к служебным частям речи (Блох, Бархударов). А.И. Смирницкий не включает междометия в основной состав предложения, и подчеркивает их, наряду с модальными словами, словами общего утверждения и отрицания в группу слов, «стоящих вне предложения» [Смирницкий 1959: 391].

О речевом этикете дагестанских языков представлено небольшое количество работ, излагающих разные аспекты рассматриваемой нами проблемы. Научная статья Д.С. Самедова, Т.В. Гамалей и Т.М. Мусаевой

посвящена проблеме речевого этикета [Самедов и др. 2002: 62–68]. В статье исследуются различные позиции по вопросу и понятию «речевой этикет». Дается определение этики речи в широком и узком смысле этого термина. В узком понимании речевой этикет дифференцируется как результат ситуативно-тематических групп коммуникативных единиц, основной задачей которых служит сохранение речевого контакта с собеседником (выражения обращений, приветствий, прощаний, извинений, поздравлений и др.). Речевой этикет в широком смысле воспринимается как закрепленный обществом механизм нормализации взаимосвязей адресанта и адресата по направлениям: свой/чужой, знакомый/незнакомый, старший/младший и т.д., в том числе и механизм общественных одобрений или запретов на то или иное употребление в конкретном случае [Самедов и др. 2002: 64].

В специальной статье Г.А. Гюльмагомедова «Дагестанские формулы этикета» проводится анализ выражений на материале различных дагестанских языков, относящийся к ситуациям быденной и праздничной обстановки: рождение ребенка, женитьба, совершение покупки, прием пищи, отправление в путь, неожиданная встреча с друзьями, приветствие, прощание, поздравление и пожелание. Выполненная автором работа по анализу формул речевого этикета в дагестанских языках приводит к выводу, что «во всех этикетных формулах дагестанских языков есть главная и общепринятая часть, а также свободный, зависимый от ситуации элемент, при этом, чем больше по составу этикетная формула, тем более экспрессивной она является» [Гюльмагомедов 1998: 71].

Подытоживая сказанное, можно констатировать, что исследование речевых этикетных формул обращения к собеседнику помогает дифференцировать речевой этикет не только как самостоятельное явление в лингвистике или как форму стандартного речевого поведения в обществе между представителями одной и той же этнической группы, но и как комплексные типовые формулы, фиксированные языковыми и этно-культурными нормами для употребления в конкретных социально-коммуникативных ситуациях общения.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Гумбольдт В. Избранные труды по языкознанию / В. Гумбольдт. – М. : Прогресс, 1984. – 400 с.
2. Гюльмагомедов А. Г. Действительность Етима Эмина. I. Словарь языка / А. Г. Гюльмагомедов. – Махачкала : ИГЩ ДГУ, 1998. – 264 с.
3. Самедов Д. С. К вопросу о речевом этикете / Д. С. Самедов, Т. В. Гамалей, Т. М. Мусаева // Вестник Дагестанского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2002. – Вып. 3. – С. 62–68.
4. Смирницкий А. И. Морфология английского языка / А. И. Смирницкий. – М. : Изд-во литературы на иностранных языках, 1959. – 440 с.

5. Халимбекова М. К. Этикетная лексика в языках различных культур: лезгинском и английском : автореф. дис. ... канд.филол. наук / М. К. Халимбекова. – Махачкала, 2012. – 23 с.

## ЯЗЫКОВЫЕ СПОСОБЫ ОБЪЕКТИВАЦИИ МИФОЛОГИЧЕСКИХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ НАРОДОВ БРИТАНСКИХ ОСТРОВОВ

Шелепова Н.В.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** В статье рассматривается вопрос использования мифологем в английском языке в качестве важнейшего средства выражения мифологического сознания. Выполняя функцию лингвистического средства объективации мифологических представлений, мифологема объединяет в себе репрезентации различных классов вещей и явлений, выводя их на более высокий символическо-метафорический уровень.

**Ключевые слова:** мифологические представления, репрезентации, мифологема, мифотворчество, коллективные представления.

**Abstract.** The paper discusses the use of mythologems in the English language as the most important means of expressing mythological consciousness. Fulfilling the function of a linguistic means of objectification of mythological representations, the mythologem combines the representations of various classes of things and phenomena, bringing them to a higher symbolic and metaphorical level.

**Keywords:** mythological representations, mythologems, mythmaking, collective representations

Будучи когнитивными по своей природе, мифологические представления (далее – МП) являются неотъемлемой составляющей любой культуры народов мира. Восходя к архаичным истокам, МП того или иного этноса находят свое выражение в различных духовных формах, в том числе верованиях, а также в искусстве, включая прикладное.

С позиций лингвистики мифологические репрезентации могут изучаться в случае их объективации языковыми средствами различных уровней: отдельными лексемами или целыми словосочетаниями разной степени устойчивости. Кроме того, немаловажную роль играют мифологические мотивы и образы персонажей, артефактов, объектов и т.д., а также локации. В настоящей работе будем рассматривать *мифологемы* как основной лингвистический способ объективации мифологического знания в общем, и МП в частности и вслед за О.А. Плаховой будем считать мифологему «сложным типом знака с функцией понятия

и образным содержанием» [Плахова 2013: 31]. Мифологема, в данном случае английская, будет выступать в качестве объекта изучения.

Говоря о процессе мифотворчества, отметим, что он обладает своей спецификой и отличается от хорошо знакомого художественного творчества тем, что является «бессознательно-поэтическим» (определение Е.М. Мелетинского), а потому его изучение не может осуществляться с позиций традиционного анализа средств выразительности, стиля. Однако мифу присуще воплощение «общих представлений в чувственно-конкретной форме» [Мелетинский 2012: 3], т.е. образность и синкретизм, которые в ходе истории получили свое дальнейшее развитие в религии, философии, литературе. Фактически, МП – это репрезентации, посредством которых человеком в особой форме интерпретируется информация об окружающем мире, самом себе и отношениях с другими людьми. Это *представления о представлениях*, поскольку в процессе образования МП происходит трансформация первичных сенсорных, эмоциональных, а также простейших когнитивных репрезентаций, ранее уже сформировавшихся в сознании.

В первобытном мышлении бессознательный, автоматизированный процесс создания МП основывался на ассоциациях с предшествующими суждениями [Боас 2018: 133]. Такие ассоциации были социальными, т.е. были связаны с чувственными впечатлениями и обусловлены характером протекания мыслительных процессов. Со временем в ходе эволюции социальные ассоциации заменялись интеллектуальными, что и способствовало развитию современного логического мышления [ibid].

По мнению Ф. Боаса, в процессе распространения тех или иных мифов и верований они подвергались изменениям, часто под влиянием независимой мысли индивидуумов [Боас 1896]. Однако МП были и остаются коллективным явлением (точнее продуктом коллективного мышления), несмотря на то, что общее существует только в частном [Дюркгейм 2018: 713]. Такой «коллективный характер» определяет устойчивость МП. Как справедливо замечает Эмиль Дюркгейм, «индивид чувствителен даже к малейшим изменениям, как внутренним, так и внешним, а повлиять на состояние сознания общества могут только достаточно значительные события» [ibid: 715–716]. К сожалению (а может и наоборот), то, что коллективно, может «индивидуализироваться, лишь подвергаясь исправлениям, изменениям и, следовательно, искажению» [ibid: 718]. Данная идея применима и к мифам, поскольку они также претерпевают изменения, трансформируются, искажаются, под влиянием той или иной личности.

Тем не менее, миф обладает определенной устойчивостью, своего рода «генетичностью», то есть он – «генетическая память» того или иного народа, хранящаяся и передающаяся из поколения в поколение. Это также объясняется специфичной структурой МП. Их сложная структура наряду с когнитивным, интеллектуальным компонентом

содержит эмоциональные (аффективные) и моторные (волевые) элементы, которые, по мнению Л. Леви-Брюля, подразумевают *партиципацию* (сопричастие), мистическую связь [Леви-Боюль 1994: 65]. А, как известно, то, что имеет эмоциональные и мистические ассоциации, склонно существовать долгое время.

Еще одной особенностью МП, вытекающей из их «коллективного характера», на наш взгляд, является их *собственная истинность*. Даже сегодня в современном мире МП продолжают оказывать сильное влияние на сознание человека (например, не только в литературе и кинематографе, но и в компьютерных играх (*Chimera* – видеоигра, аркада, заключающаяся в прохождении изометрического лабиринта [см. Шелепова 2021б: 323])). По словам Э. Дюркгейма, «если бы коллективное представление расходилось с природой вещей, оно не смогло бы так долго властвовать над столькими умами», «коллективное представление не может совершенно не соответствовать своему объекту» [ibid: 721]. Другими словами, МП обладают определенной истинностью для коллективного сознания, точнее – воплощают в себе определенное видение, интерпретацию реальности, иначе они бы не просуществовали на протяжении стольких столетий, а то и тысячелетий.

Возьмем, к примеру, языческих богов народов Британских островов. Как пишет Э. Дюркгейм, «во всех религиях боги – это индивидуальности, отличающиеся друг от друга, и, однако же, они являются объектом мышления, а не восприятия» [ibid: 713]. В современном английском языке находим мифологему *Jupiter* «Юпитер» (бог неба, дневного света, грозы, отец всех богов, верховное божество римлян), пришедшую из римской мифологии. Этимологически она происходит от лат. *Iupeter, Iupiter, Iuppiter, "Jove, god of the sky and chief of the gods,"* от праиндоевр. *\*dyeu-peter-* "god-father", где корень *dyeu-* "to shine" [OED]. Словарь дает следующее толкование данной лексемы: *the chief Roman god, husband of Juno, and god of light, of the sky and weather, and of the state and its welfare and its laws* [MWO].

С вторжением римлян на Британские острова многие кельтские боги стали идентифицироваться с римскими богами, в том числе с Юпитером. Их кельтские имена были вытеснены и часто становились фамилией того или иного римского бога [Monaghan 2003: 268]. Наряду с этим, сам образ Юпитера в кельтской культуре значительно трансформировался. Он часто описывался как *бог изобилия и плодородия* и связывался с процветанием. Его нередко изображали в виде зрелого мужчины с вьющимися усами и бородой; мускулистого и сильного [см. Шелепова 2021а: 491]. Согласно разным источникам в его руках могли быть скипетр [Freeman 2017: 5], молния или колесо [Monaghan 2003: 268]. В последнем случае кельтский Юпитер уже выступал в качестве бога солнца. Также в отличие от римского Юпитера, кельтский изображался верхом на коне, топчущем гигантского змея-монстра.

Этот бог также отождествлялся с кельтским богом грома и молний Таранисом "*Taranis*" (*Taranus*, *Taranos*, *Taranoos*, *Taranucnos*) [Monaghan 2003: 442], имя которого восходит к реконструированному пра-кельтскому слову *Toranos* «гром», от праиндоевр. корня *\*(s)tenh<sub>2</sub>*- "thunder". Этимологически имя *Taranis* связано с именем скандинавского бога грома Тора "*Thor*". Считается, что Таранис был богом Галии и Британии [Matson 2010: 107]. По одним источникам Таранис изображался с молотом [Monaghan 2003: 442], по другим – с колесом и молнией [Britannica]. Римский поэт Марк Анней Лукан (39–65 гг. н.э.) писал, что Таранису приносились человеческие жертвы, которые сжигались заживо в деревянных (плетенных) клетках [ibid]. Также, он ассоциировался с небом и солнцем.

Кроме того, Таранис, держащий молот, идентифицировался с кельтским богом *Sucellus* (*Sucellos*) «Суцелл» (The Good Striker) (в гальском корень *cellos* «ударник» от праиндоевр. *-kel-do-s*, префикс *su-* означает «хороший»), иконографическими символами которого были молот на длинной рукояти и чаша, олицетворявшими защиту и благополучие [Britannica]. Этот бог часто изображался как зрелый бородастый мужчина с красивыми вьющимися волосами и доброжелательным взглядом. На нем была одета простая одежда – туника и плащ, на голове – корона из листьев, и его сопровождала собака. Суцелл часто ассоциировался с сельским хозяйством, вином и виноделием. Его молот трактовали по-разному. В отличие от греческого Зевса или скандинавского Тора молот Суцелла олицетворял собой силу растительности, пробивающейся сквозь землю. Отсюда и представления о Суцелле как о боге плодородия или дикого леса. Возможно, из-за того, что его молот пробуждал жизнь, он также считался богом исцеления [Monaghan 2003: 431]. Ряд источников утверждает, что он был королем среди богов и отцом всех галлов [Britannica; Matson 2010: 104].

Итак, рассматриваемые мифологемы *Jupiter*, *Taranis* и *Sucellus* выступают в качестве лингвистических средств объективации МП. Интегрированные ментальные репрезентации позволяют воссоздать в сознании образ того или иного бога. Каждая мифологема объединяет под свою «крышу» различные представления (см. таблицу):

Mythologem	Representations	Associated attributes
<i>Jupiter</i>	god, chief, father, social relationships, sky, thunder, sun, thunderbolt, light, weather, state, power, law, welfare, fertility, etc.	scepter, wheel, thunderbolt/ lightning, horse
<i>Taranis</i>	god, thunderer, thunder, sky, sun, lightning, fire, storm, war, destruction, etc.	hammer, wheel, thunderbolt/ lightning
<i>Sucellus</i>	god, striker, agriculture, wine, fertility, wealth, well-being, wildwood, protection, provision, healing, etc.	a long- shafted hammer, olla /pot

Как видно из таблицы, на лингвистическом уровне одна мифологема позволяет объективировать целый кластер представлений. Парадоксально, что данные репрезентации – это представления об обычных, не мистических, вещах, явлениях. Однако они комбинируются, образуя отношения между разными представлениями, создавая миф, мифологические представления (т.е. одни представления используются для создания других на символично-метафорическом уровне). Как писал Л. Леви-Брюль, «закон партиципации, который управляет образованием коллективных представлений, управляет и теми сочетаниями, которые устанавливаются между ними» [Леви-Брюль 1994: 74]. Полагаем, что описываемый Леви-Брюлем закон партиципации играет немаловажную роль в развитии символично-метафорической стороны мифологического сознания.

Кроме того, поражает разнообразие интегрируемых представлений. Так, мифологемы *Jupiter* и *Taranis* объединяют следующие классы: бог, человек, общество/ социальные явления (положительные и отрицательные), состояние, небесные тела, атмосферные явления, др.; *Sucellus* – бог, человек, общество/ социальные явления, состояние, природа, здоровье, др.

Такое эклектическое сочетание говорит, скорее всего, о слабой отдифференцированности логического мышления от эмоциональных, аффективных, а также моторных элементов, что, тем не менее, ни сколько не ухудшает качество порождаемых мифологических сюжетов, мотивов, персонажей, а скорее наоборот служит ярким доказательством живости человеческого сознания уже на ранних этапах развития той или иной цивилизации.

Таким образом, мифологема выступает в качестве уникального средства объективации мифологических представлений на языковом уровне. Она не только выполняет функцию понятия как такового, но и служит неким «контейнером», вмещающим в себя символично-метафорическое содержание, способное разворачиваться в отдельные сюжеты и высвечивать различные ассоциации, включая социальные.

Изучение мифологического материала позволяет глубже проникнуть не только в историю человечества, но и раскрыть отдельные вопросы природы человеческого сознания и языка как важнейшего инструмента самовыражения *homo sapiens*.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Боас Ф. Ум первобытного человека / Ф. Боас. Пер. с англ. А.М. Водена. - Изд. 4-е. М.: URSS, 2018. –154 с.
2. Дюркгейм Э. Элементарные формы религиозной жизни: тотемическая система в Австралии / Э. Дюркгейм; пер. с франц. В. В. Земсковой. – М. : Элементарные формы, 2018. – 808 с.
3. Леви-Брюль Л. Сверхъестественное в первобытном мышлении / Л. Леви-Брюль. – М. : Педагогика-Пресс, 1994. – 608 с.



4. Мелетинский Е. М. Поэтика мифа / Е. М. Мелетинский. – М. : Академический Проект; Мир, 2012. – 331 с.
5. Плахова О. А. Мифоконцепт, мифологема, мифоним, мифолексема: к вопросу об унификации терминологического разнообразия / О. А. Плахова // Карельский научный журнал. – 2013. – № 2. – С. 30–33.
6. Шелепова Н. В. О соотношении концептуальной метафоры, мифа и символа / Н. В. Шелепова // Когнитивные исследования языка. – 2021а. – № 2 (45). – С. 486–493.
7. Шелепова Н. В. Мифологические репрезентации и формы их объективации в современном английском языке / Н. В. Шелепова // Когнитивные исследования языка. – 2021б. – № 3 (46). – С. 321–325.
8. Boas F. The Growth of Indian Mythologies / F. Boas // Journal of American Folklore. – 1896. – Vol. IX. – P. 1–11.
9. Freeman Ph. Celtic Mythology: Tales of Gods, Goddesses, and Heroes [Text] / Ph. Freeman. - USA: OUP, 2017. – 294 p.
10. Matson G. Celtic Mythology A to Z / G. Matson. – NY: Chelsea House Publishers, 2010. – 152 p.
11. Monaghan P. The Encyclopedia of Celtic Mythology and Folklore / P. Monaghan. – NY: Facts On File, Inc., 2003. – 512 p.
12. Britannicaa. Sucellus. – Режим доступа: <https://www.britannica.com/topic/Sucellus>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. англ. (дата обращения: 27.09.2021).
13. Britannicab. Taranis. – Режим доступа: <https://www.britannica.com/topic/Taranis>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. англ. (дата обращения: 27.09.2021).
14. MWD – Merriam-Webster Dictionary. Jupiter. – Режим доступа: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/Jupiter>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. англ. (дата обращения: 27.09.2021).
15. OED – Online Etymology Dictionary. Jupiter. – Режим доступа: <https://www.etymonline.com/search?q=jupiter>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. англ. (дата обращения: 27.09.2021).

## ОСОБЕННОСТИ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КОНЦЕПТА «УСПЕХ» В ТЕКСТАХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ

Фокина Ю.М.  
Астрахань, Россия,  
Бекчанов Ф.П.  
Туркменистан

**Аннотация.** В статье рассматриваются особенности репрезентации лингвокультурного концепта «успех» в современных англоязычных публицистических текстах. Проводится фреймовый анализ концепта на материале англоязычных статей бизнес-деловых журналов и газет. Концепт «успех» характеризуется многослойностью и различиями в наполнении слотов в зависимости от функционального стиля языка.

**Ключевые слова:** концепт, лингвокультурология, концепт «успех», лингвоконцептология, фрейм, фреймовый анализ

**Abstract.** The article deals with the features of the representation of the linguocultural concept "success" in the texts of modern English journalistic. A frame analysis of the concept is done based on the articles from English business magazines and newspapers. Concept "success" is multi-layered and characterized by a variety in filling of the slots depending on a functional style of the language.

**Keywords:** concept, linguoculturology, linguoconceptology, the concept "success", frame, frame analysis

Концепт «успех» считается одним из ключевых в картине мира американцев и британцев, и является одной из главных ценностей национального сознания, что вызывает несомненный интерес рассмотреть его с лингвистической точки зрения. В известном американском публицистическом сайте есть статья, где авторы рассматривают проведенный ими опрос, и дают описание роли и значимости успеха как ценности. Главный редактор онлайн-издания Visual Capitalist («Визуальный капиталист») и автор статьи “Quantifying What Success Means, According to 2,000 Americans” Джеф Дежарден утверждает, что «стремление к успеху заложено в культурном ДНК» американского народа. Кроме того, автор подчеркивает, что данная ценность является основой Американской Мечты, что, в свою очередь, является базовой, фундаментальной концепцией американского национального сознания: “The pursuit of success is a part of our cultural DNA. Almost everyone wants to be successful – and many see it as the basis of the American Dream...” [Desjardins 2018]. Таким образом, концепт «успех» бесспорно можно считать одной из главнейших ценностей в англоязычном культурном сознании.

Целью данной статьи является рассмотрение концепта «успех» как лингвокультурного концепта, а также анализ особенностей его репрезентации в текстах англоязычных публицистических изданий, в частности, таких известных американских и британских деловых журналов и газет, как *Forbes*, *The Guardian*, *Positive News*, *The Times*, *Washington Post* и др.

Концепт, вслед за В.И. Карасиком, понимается нами как «вербализованный культурный смысл, семантическая единица «языка» культуры» [Карасик 2005: 11]. Тем самым, ведущим отличительным признаком лингвоконцепта является его этнокультурная отмеченность. Его центром всегда является ценность. Поскольку концепт может быть вербализован различными способами (лексическими, фразеологическими, синтаксическими и др.) и целым комплексом языковых средств, их систематизация и семантическое описание позволяют выделить когнитивные признаки того или иного концепта [Карасик 2005: 9].

Для исследования концепта нами было выбрана фреймовая модель как способ структуризации и категоризации когнитивных признаков концепта «успех», так как фрейм, согласно Т.А. ван Дейку и др., выступает «единицей знаний, организованной вокруг некоторого концепта», и которая содержит определенные данные (информация, опыт и т.д.), характерные для этого концепта в определенной ситуации и в рамках определенной структуры [Дейк 1989: 16]. Фрейм выступает в роли некоего фильтра, через призму которого человек воспринимает действительность [Минский 1979].

Жанры журнальных и газетных статей обладают большим тематическим разнообразием, охватывая почти все сферы активной деятельности людей. В целом, для публицистического стиля характерна лаконичность, эмоциональная окрашенность и доступность в понимании, ясность и четкость, использование терминов, известных широкому кругу читателей.

Ядерным компонентом концепта «успех», согласно данным современных англоязычных словарей, является дефиниция «достижение желаемого результата или цели». К остальным когнитивным признакам относятся дефиниции «преуспеть в чем-то сложном» и «иметь хороший результат или эффект», а также дефиниция «быть следующим человеком, который займет позицию или должность».

Ключевыми вербализаторами концепта являются, в первую очередь, глагол "to succeed", а также существительное "success" и прилагательное "successful". Для более детального понимания данных когнитивных признаков концепта «успех» обратимся к примерам из англоязычных журналов, а именно *Forbes* и *Positive News*:

1) Преуспеть в чем-то, что пытался сделать или увидеть: "Those [who] trying to quit smoking in the UK are *having more success* than ever before, research by University College London has revealed." [Positive. News www].

2) Преуспеть в чем-то сложном: "It's not easy to build a *successful* restaurant or bar, and we also know that it's no picnic to create a *financially successful* freelance career." [Forbes www].

3) Иметь хороший результат или позитивный эффект: "But taking Liverpool from repeated second-placed finishers to serial champions is arguable his *most impressive achievement*." [Forbes www].

4) Быть следующим человеком, который займет позицию или должность: "Jeff Brotman was 74 when he passed away unexpectedly this week... The company has not announced *who will succeed him as chairman*" [Forbes www].

Представленные примеры являются наиболее распространенными типами формальной репрезентации концепта «успех» и иллюстрируют ряд ядерных элементов данного концепта.

Чтобы расширить представление о концепте «успех» обратимся к словарям синонимов и антонимов. Рассмотрим это на примере существительного "success". В британском онлайн словаре-тезаурусе Collins English Thesaurus приводятся синонимы данного слова в разделенном на несколько групп виде, в зависимости от смысла, что можно также трактовать как концептуальные периферии ядра концепта «успех»:

1) (noun) in the sense of victory.

Definition: the achievement of something attempted.

Synonyms: *victory, triumph, positive result, favourable outcome, successfulness*;

2) (noun) in the sense of prosperity.

Definition: the attainment of wealth, fame, or position.

Synonyms: *prosperity, wealth, fame, riches, fortune, luck, ascendancy, affluence, opulence, eminence*;

3) (noun) in the sense of hit.

Definition: a person or thing that is successful.

Synonyms: *hit (informal), winner, smash (informal), triumph, belter (slang), sensation, sell-out, wow (slang), best seller, market leader*;

4) (noun) in the sense of big name.

Definition: a person or thing that is successful.

Synonyms: *big name, star, hit (informal), somebody, celebrity, sensation, V.I.P.*

Таким образом, авторы данного издания констатируют вокруг ядра концепта четыре основных смысла (слота): 1. победа, триумф или хороший результат; 2. благосостояние или достаток, а также удача; 3. сенсация, хит или что-то, что имеющий большой успех; 4. знаменитость, звезда или важная персона (VIP).

В целом, на основании данных различных лексикографических источников можно сделать вывод о том, что ключевыми словами, репрезентирующими концепт «успех» являются глагол "succeed" и существительное "success". Оба они характеризуются высокой частотностью

и достаточно разветвленной структурой синонимов. Как следует из вышеприведенных данных, во многих случаях одним из значений оказывается успех *финансовый*, что подчеркивает большую значимость материального благополучия как ключевой составляющей успеха в сознании американского народа.

В представленной работе концепт «успех» рассмотрен в виде фрейма. Фрейм «успех», в свою очередь, подразделяется на три наиболее типичных субфрейма: «экономический успех», «профессиональный успех» и «личностный успех». Рассмотрим их подробнее.

Субфрейм «*экономический успех*» представлен следующими слотами: «коммерческий успех», «финансовый успех» и «увеличение материального состояния человека»: “Furious 6 would be Justin Lin's last Fast franchise film and it was also the series most *successful*, opening in May 2013 to \$97 million dollars and going on to gross a massive \$788 mil-  
Внутри данного субфрейма мы оперируем несколькими субъектами: это может быть человек или организация, товар, услуга, продукт культуры, страна, объединение стран. Все они в той или иной мере связаны с экономическими изменениями. Действия же находятся между собой в причинно-следственных отношениях и направлены на состояние экономического процветания.

Рассматривая субфрейм «*экономический успех*», хотелось бы остановиться на статье из сайта издания Forbes, где он актуализируется посредством слияния нескольких слотов внутри одного и того же субфрейма: “The biopharmaceutical and pharmaceutical industry also offers multiple examples of *successfully* implementing open innovation for therapy development.” [Forbes www]. Здесь слово *successfully* используется в контексте «успешное внедрение открытых инноваций» и является примером одновременно слотов «финансовый успех» субфрейма «экономический успех» и «научный успех» субфрейма «профессиональный успех», поскольку исходя из контекста, имеется в виду научно-инновационный продукт, приводивший к коммерческому успеху производства. Таким образом, данное предложение является отличным примером иллюстрации определенной условности деления единого и многообразного концепта на слоты, а с другой стороны, взаимосвязью слотов одного фрейма и разных фреймов в реальной действительности.

Еще один интересный пример актуализации слотов «повышение благосостояния» «коммерческий успех», «финансовый успех» данного субфрейма, а также отличным примером вербализации слотов субфрейма «профессиональный успех» в значении, «карьерный успех»: “Secker *succeeded* as a business coach precisely because he learned from the ground up. His first-hand experience has established him as a *top authority* in a complex yet *lucrative* financial space.” [Forbes www]. Субфрейм «экономический успех» здесь репрезентируется глаголом “*succeed as*”, с помощью различных контекстуальных синонимов, как *lucrative*, *top*, *authority*, а также специфичных для контекста слов, как

“business coach”, “financial” и т.д. Здесь в одном предложении одновременно актуализированы не только различные слои концепта, но и использован разнообразный инструментарий лексических, грамматических, стилистических средств. Данное явление также является закономерным для многих примеров актуализации фрейма «успех».

Одним из составляющих субфрейма «*профессиональный успех*» является слот «политический успех» (международные отношения, политика страны и т.д.): “In the words of our great prime minister, they understand that Brexit means Brexit and we are going to make a *titanic success of it*” [The Guardian [www](#)]. Значение политического успеха решения Великобритании выйти из состава Европейского Союза усиливается с помощью лексических и грамматических единиц, таких как *titanic success, of it* (здесь местоимения указывает на сам объект рассказа – Brexit, т.е. конкретизирует слот «политический успех»). Отрывок из статьи с новостного сайта Positive news репрезентирует слот «карьерный успех и бизнес» с одной стороны, с другой стороны акцентирует внимание на программу по защите природы, что имеет политический и социальный контексты, вербализуя тем самым слот «политический успех» в значении «социальная политика внутри страны»: “The Langholm Initiative says it wants to highlight how community ownership can be a catalyst for regeneration with the environment at its heart. It hopes its *success* will inspire other communities in Scotland and across the UK to bring more land under collective ownership” [Positive. News [www](#)].

Слот «карьерный успех и бизнес» (повышение в должности, продвижение в бизнесе) репрезентирован в следующем примере: “Part of building a *successful, efficient team* is nurturing loyalty and trust between team members” [Forbes [www](#)]. В представленном отрывке, как и в статье в целом, автор указывает на пути построения успешной бизнес команды или группы, а, следовательно, достижения карьерного и про-«Карьерного успеха» можно добиться во всех областях, в том числе и в сфере спорта: “As a teenager, Mbappé was *one of the sensations* of the 2018 World Cup while helping France *win* the title. Three years later, he could take up a more *prominent leading role* while trying to help “Les Blues” *succeed at Euro 2020.*” [Washington Post [www](#)]. Если ключевое слово *succeed at* указывает на профессиональную сферу спортсмена и на событие, где он достиг успеха, то такие синонимы концепта «успех» как *one of the sensations, win, prominent, leading role* еще более усиливают данное концептуальное пространство и репрезентацию субфрейма «профессиональный успех» в карьере спортсмена.

Слот «академический успех» (научный, учебный) является третьим составляющим субфрейма «*профессиональный успех*»: “...the most important thing we can do to help new students *succeed* is give them the life skills they’ll need to thrive.” [Forbes [www](#)].

Наконец, субфрейм «*личностный успех*» также может быть разделен на три слота: «успех в семье»; «успех в сфере здоровья»;

«успех в личностном росте и самореализации». Следует отметить, что содержательное наполнение данного фрейма является максимально субъективным по сравнению с остальными, и соответственно, вербальная репрезентация также будет сильно варьироваться. Например, «успешный брак» может означать и брак по любви, и брак-дружба, где царит доверие и взаимопонимание, и брак, где один из партнеров (как правило, мужчина) обладает значительным финансовым достатком, и где один из партнеров занимает высокую социальную планку и т.д. Таким образом, в большинстве случаев проявления данного субфрейма можно определить по контексту.

В качестве примера приведем отрывок статьи известного британского издания The Times: “Coleridge, a former High Court judge in the Family Division, added that his professional life had shown him that *successful people tended to have a successful family life...*” [The Times www]. В данном отрывке авторы статьи утверждают, что «успешные люди склонны иметь счастливую семейную жизнь», связывая успешность в семейной жизни с успешной самореализацией личности, а также успешной карьерой, актуализируя тем самым одновременно субфреймы «профессиональный успех» и «личностный успех». Это неудивительно, так как часть концептуального пространства субфрейма «личностный успех» напрямую пересекается с пространством субфрейма «профессиональный успех».

Не малый интерес вызывает слоты «успех в сфере здоровья» и «успешное самореализация личности», ведь данные сферы жизни и вправду занимают одно из важнейших мест в жизни человека. Проанализируем несколько примеров и различных статей, где реализуется данные слоты.

В следующем отрывке мы наблюдаем актуализацию подслота «успех в сфере здоровья» и точных результатов (успеха), подкрепленных фактами: “E-cigarettes, legislation and cultural changes have led to record numbers of people *successfully kicking the smoking habit* in the UK, say UCL researchers... Almost 20 per cent of those who attempted to quit in the first half of 2017 *have succeeded in giving up smoking tobacco.*” [Positive. News www].

“A spokesman for the Scottish government said: “Too many people in Scotland face serious health risks linked to poor diet. [Under] our new diet and healthy weight delivery plan tackling childhood obesity will start pre-pregnancy and continue into adolescence, including support for children and families to achieve a healthy weight” [The Times www]. Слот «успех в сфере здоровья» здесь актуализируется с помощью выражения *to achieve a healthy weight*.

Проведенный контекстуально-прагматический анализ статей позволяют нам сделать вывод о том, что жанр журнальных и газетных статей отличается экспрессивностью, использованием различных лексических, грамматических структур, что позволяет глубже проникнуть

в речевую культуру нации. Жесткая структурированность текста статей создает ту канву, которая обеспечивает максимальное раскрытие фрейма. Говоря о характерных чертах публицистического стиля, отличительными при исследовании репрезентации концепта «успех», можем назвать следующие особенности:

- 1) ясность, четкость и лаконичность в выражении мыслей;
- 2) использование специальных терминов (*downshifting, robust sales surge, the most profitable vehicles; present cutting-edge solutions*);
- 3) использование клише, метафор и др. фигур речи (*huge, popular success, great, big success, to do the right thing; hit the jackpot* и т.д.);
- 4) использование эмоционально маркированных слов и выражений (*the world's fastest-growing brand; unprecedented achievement; unveiled promising results; to work its magic* и т.д.).

В заключение отметим, что успех в последнее время является ключевой темой для многих статей известных деловых публицистических изданий и представляют собой богатый материал для исследования вербальной репрезентации концепта «успех», охватывая почти все сферы активной жизнедеятельности представителей данной культуры (в частности, американской и британской), начиная с глобальных политически-экономических событий, заканчивая, например, личными отношениями и семейными проблемами тех или иных индивидов данного общества и мира в целом. Понятие «успех» изучается многими гуманитарными науками, такими как психология, социология, культурология, философия. Следовательно, изучение актуализации концепта «успех» на современном практическом материале представляет интерес как для когнитивной лингвистики, так и для смежных с ней наук.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация : сборник работ / Т. А. ван Дейк. – Москва: Прогресс, 1989. – 310 с.
2. Карасик В. И. Антология концептов / под ред. В. И. Карасика, И. А. Стернина. – Волгоград: Парадигма, 2005. – Том 1. – 352 с.
3. Минский М. Фреймы для представления знаний / М. Минский. - М. : Энергия, 1979. – 151 с.
4. Collins English Dictionary (online). – Available at URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/achieve-success> (accessed 03.09.2021).
5. Forbes. - Available at URL: <https://www.forbes.com/sites/jonyounger/2019/07/22/what-can-restaurant-week-teach-us-about-success-in-freelancing/?sh=75ffde0146c3> (accessed 01.09.2021).
6. Hellen N. Happy wife, happy life: mother's happiness makes nearly twice as much difference to family life / N. Hellen. - 2019. - Available at URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/happy-wife-happy-life-mothers->



happiness-makes-nearly-twice-as-much-difference-to-family-life-6l6c7kt6v (accessed 02.09.2021).

7. Positive. News. – Available at URL: <https://www.positive.news/society/more-people-in-the-uk-are-successfully-quitting-smoking-than-ever/> (accessed 25.08.2021).

8. Quantifying What Success Means, According to 2,000 Americans. – 2018. - Available at URL: <https://www.visualcapitalist.com/quantifying-success/> (accessed 08.09.2021).

9. The Guardian. – Available at URL: <https://www.theguardian.com/politics/2016/nov/03/brexit-will-be-titanic-success-says-boris-johnson> (accessed 02.09.2021).

10. The Times. – Available at URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/happy-wife-happy-life-mothers-happiness-makes-nearly-twice-as-much-difference-to-family-life-6l6c7kt6v> (accessed 20.08.2021).

11. The Washington Post. – Available at URL: <https://www.washingtonpost.com/> (accessed 03.09.2021).

## К ВОПРОСУ О ГЕНДЕРНО-НЕЙТРАЛЬНОМ ЯЗЫКЕ (НА ПРИМЕРЕ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ)

Уразалиева Д.Н.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** В статье рассматривается актуальная проблема современной гендерной лингвистики – создание гендерно-нейтрального языка или единиц, с помощью которого(ых) можно было бы стереть различия между «мужским» и «женским», вводя нейтральные слова, термины, либо уравнять количество существительных обоих гендеров путем создания феминитивов. Также затрагивается вопрос о различии терминов «гендер» и «пол». В статье представлены два способа гендерной нейтрализации языков и сделан вывод о том, что эти процессы зависят от типа языка.

**Ключевые слова:** гендер, феминитивы, гендерно-нейтральный язык, гендерная лингвистика, спецификация (феминизация), нейтрализация

**Abstract.** The article deals with a topical problem of modern linguistics – the creation of gender-neutral language/ units. Such language would make it possible to blur the distinction between “masculine” and “feminine” units through gender-neutral words/terms or make the noun quantity of both genders equal by creating new feminitives (gender-specific nouns of feminine gender). The article also touches upon the difference between the terms “gender” and “sex.” There are presented two ways of language gender neutralization and it is concluded that these processes depend on the type of the language.

**Keywords:** *gender, femininitives, gender-neutral language, gender linguistics, specification (feminization), neutralization*

События, происходящие каждый день в мире, влияют не только жизнь общества, но и на язык, который является средством коммуникации. В языке находят отражение самые значимые культурные, политические и социальные события.

В последнее время в нашей стране и во всем мире возрастает интерес к гендерным исследованиям. На стыке гендерологии и лингвистики возникла новая наука – гендерная лингвистика, целью которой является изучение языка и речевого поведения с применением инструментария гендерологии [Каменская 2002: 15].

В реалиях современного научного знания гендер является ключевым понятием наряду с родом, классом и нацией. Категория “gender” (гендер) в науке возникла в конце 60-х – начале 70х годов XX века для описания социальных, культурных психологических аспектов «женского» и «мужского». Выбор пал на слово английского происхождения, чтобы избежать контаминации с понятием «пол» (sex). В некоторых случаях эти два понятия ошибочно считают синонимичными, но в действительности различия фундаментальные [Кириллина www]. Понятие «гендер» имеет два определения. С одной стороны его относят к мыслительным конструктам и моделям, с помощью которых можно четко с научной точки зрения описать проблемы пола в языке и разграничить его биологические и социокультурные функции. С другой стороны, гендер – это социальный конструкт, создаваемый обществом, через язык в том числе. Понятие «пол» является биологическим конструктом [Кирова 2009: 139]. Природный пол является компонентом значения лексических единиц, воспроизводящих экзистенциальные параметры индивида, а гендер отражает как процесс, так и результат встраивания индивида в социально-культурную обусловленную модель мужественности и женственности, принятую в обществе на определенном этапе. Таким образом, «гендер» является более широким понятием [Кириллина www].

Гендерной лингвистике предшествовала феминистская критика языка, или феминистская лингвистика, которая доказывает, что в языковой системе существует гендерная асимметрия. Целью последователей феминистской лингвистики является изменение и переосмысление языковых норм [Кирова 2009: 138]. Данной проблемой занимались такие представительницы феминистской лингвистики, как профессора немецкого университета города Констанц Сента Трёмель-Плётц и Луизе Пуш [Ситникова 2017: 75].

Сегодня нельзя отрицать тот факт, что во всех языках существует различия между гендерами. Это значит, что эти различия между «мужским» и «женским» существовали всегда. С лингвистической точки зрения категория «гендера» «фундаментальна для социальной ор-

ганизации и социальной культуры, так как является неотъемлемой для речевых сообществ» [Stahlberg 2007: 163]. Несмотря на то, что гендерная асимметрия существует во всех языках, степень этого «неравенства» представлена в них по-разному, в зависимости от трех основных грамматических категорий, на основе которых языки были сгруппированы. Согласно этой классификации существуют **грамматически гендерные языки, естественные гендерные языки и гендерно-неориентированные языки**. К первой группе относятся такие языки как французский, немецкий и итальянский, где существительное имеет категорию рода (женский, мужской и средний), а род личных существительных указывает на пол субъекта/объекта. В естественных гендерных языках, например, в английском и шведском личные существительные больше имеют средний род и он выражен с помощью местоимений. В гендерно-неориентированных языках, таких как финский и турецкий, нет разграничений в роде существительных [D'Angelo 2020: 2].

В своем исследовании, посвященном гендерной лингвистике, Франческа Ди Анджело замечает, что гендер и гендерная асимметрия в лингвистике более очевидна в грамматических гендерных языках. От того, каким образом представлен гендер в системе языка, зависит восприятие мира носителем этого языка. Соответственно, если постоянно подчеркивать различие между существительными и местоимениями мужского и женского рода, в сознании людей различия между мужчинами и женщинами будут шире [D'Angelo 2020: 2].

В связи с этим все чаще звучит вопрос о создании гендерно-нейтральных единиц и даже гендерно-нейтрального (гендерно-чувствительного) языка. Создание таких единиц/ языка направлено на изменение мужчино-ориентированной структуры языка (на семантическом и морфологическом уровне), в которой мужчина наделен социальными привилегиями и делает мужской пол социальной нормой [Кирова 2009: 138–140].

Процесс гендерной нейтрализации языка осуществляется двумя способами. Первый способ – это «спецификация» (или феминизация, создание феминитивов). Причиной возникновения проблемы создания агентов женского рода, синонимичных агентам мужского рода, стала международная тенденция к социальным изменениям в обществе, а именно – возрастающая роль женщины в профессиональной, политической и социальной сферах [Истомина 2020: 177]. Согласно онлайн-словарю гендерных терминов «феминитив/феминатив» (от лат. *femina* – «женщина») – это «имя существительное женского рода, альтернативное или парное аналогичному понятию мужского рода, относящегося к любому человеку независимо от его пола», например *преподаватель-преподавательница, актер-актриса* и т.п. [Словарь гендерных терминов [www](http://www)].

Категория рода в английском языке проявляется в номинациях одушевленных существительных при определении их местоимениями

**he, she, it** при необходимости обозначить их пол [Robins 1964]. Некоторые лингвисты полагают, что категория рода в английском языке отсутствует как таковая, так как имена существительные не имеют формальных грамматических показателей рода (Л.С. Бархударов, А.И. Смирницкий). Процесс образования феминитивов в основном касается имен существительных, означающих профессии, должности, и самым распространенным способом является аффиксация [Истомина 2020: 179].

Так, суффиксы могут быть:

1) продуктивными: **-ess** (*actor – actress, waiter – waitress, heir – heiress, host- hostess, poet – poetess, author – authoress, tutor – tutoress, prince – princess, count – countess, duke – duchess*, и т.д.).

Морфема **-ess** практически во всех современных лексикографических источниках отмечается как суффикс женского рода и используется для обозначения профессии, дворянского, королевского или религиозного титула женщины [Аксюченко, Власова 2015: 240]. Суффиксов мужского рода не существует, так как единицы, упомянутые ранее, уже являются существительными мужского рода и не требуют модификаций в виде добавления аффиксов, что подтверждает андроцентричность (ориентированность на мужчину) английского языка.

2) Менее продуктивные: **-ine/-ina** (*hero – heroine,* ), **-ette** (*bachelor – bachelorette, cosmonaut – cosmonette, brunette, suffragette, majorette*);

3) Непродуктивные: **-trix** (*administrator – administratrix, aviator – aviatrix, executor – executrix, mediator – mediatrix*). Большинство номинаций с суффиксом **-trix** являются вышедшими из употребления правовыми терминами [The Free dictionary [www](http://www)].

Также феминитивы создаются путем формирования сложных слов: *chairman chairwoman, spokesman – spokeswoman, policeman – policewoman*.

В русском языке, в отличие от английского, категория рода выражена ярко. Все имена существительные имеют род: мужской, женский и средний, и их можно идентифицировать с помощью характерных флексий: для мужского рода – **нулевая флексия** (*стол, хлеб, магнит*) для женского – флексия **-а** (*вода, рука, река*), и для среднего – флексия **-о** (*облако, окно, пальто*) [Истомина 2020: 178]. Но категория рода не тождественна категории пола, поскольку существительные, имеющие окончание женского рода (**-а**) не всегда указывают на соответствующий пол (*юноша, воевода*). Основным способом формирования феминитивов также является аффиксация. Аффиксы также можно поделить на две группы:

1) Продуктивные: **-к-** (*автор-авторка, блогер- блогерка*), **-иц/-ниц** (*ученик-ученица. танцор – танцовщица, певец - певица*), **-чиц/-щиц-**, (*летчик-летчица*) **-ин-** (*психолог-психологиня, филолог – филологиня*);

2) Непродуктивные: **-ис** (*директор – директриса*), **-есс** (*поэт – поэтесса*), **-их** (*портной – портниха, врач – врачиха*), **-ш** (*доктор – докторша, капитан – капитанша*).

В эпоху Петра I суффикс **-ш(а)** использовался для обозначения жены какого-то деятеля, например: *капитанша* – жена капитана, а не женщина-капитан; *генеральша, бригадирша* образованы по такому же принципу. Во второй половине XVIII в. словари уже фиксируют слова *музыкантша, богатырша* со значением женской деятельности, а не обозначения жены по мужу [Беркутова 2019: 10].

В последнее время в медиасфере наблюдается интерес к использованию феминитивов – неологизмов, образованных с помощью суффиксов **-к(а), ш(а)**, причем отдельное слово-феминитив может использоваться как первый, так и второй суффикс: *блогерша/блогерка, докторрша/докторка, авторша/авторка*. Подобные неологизмы вызывают негодование не только у лингвистов, но и у людей, не имеющих отношения к науке, аргументируя это тем, что они противоречат правилам русского языка, что в них нет необходимости, они избыточны [Беркутова 2019: 10].

Еще одной причиной является наличие у таких феминитивов пейоративной коннотации и выраженной стилистической сниженности в виду вторичности номинаций женского пола по отношению к номинациям мужского пола [Гузаерова 2019: 109].

По аналогии с английским языком, в русском языке также возможен процесс формирования феминитивов с помощью сложных слов. Например, *медсестра, медбрат* [Хижняк 2020: 26].

Второй способ гендерной нейтрализации язык получил название «нейтрализация». Это лингвистическое явление стало основным языковым средством гендерной политкорректности [Шеремета 2018: 186]. Если «феминизация» работает на инклюзию, дав женщинам равные с мужчинами возможности для лингвистического (само)выражения, то «нейтрализация», напротив, имеет цель «стереть» границы между «мужским» и «женским», уравнив таким образом оба гендера [Першай 2015: 32]. Особенно это стало актуальным, когда в обществе стало появляться все больше небинарных людей. Небинарные личности (или гендерквир от англ. “*genderqueer*”) – это люди, идентифицирующими себя с гендером, выпадающим из бинарной системы, но не называют его более конкретно [Небинарная гендерная идентичность [www](http://www)].

Таким образом, при обращении к таким людям нецелесообразно использовать местоимения *he/she*, в английском языке было принято решение использовать местоимение третьего лица множественного числа “*they*”. Но даже такое решение критиковалось, основываясь на том, что “*they*” может использоваться только для обозначения группы людей, а не одного человека. Всяческие попытки ввести новое местоимение не увенчались успехом. Для сравнения можно привести

пример Швеции, где ввели гендерно-нейтральное местоимение “**hen**” для использования по отношению к небинарным людям [Bradley 2019: 1].

В рамках имен существительных происходят следующие модификации для формирования гендерно-нейтральных слов:

1) Синонимичная замена: *steward/stewardess – flight attendant, businessman – executive, forefather – ancestor, waiter/waitress – server, foreman – supervisor, spaceman – astronaut, postman – mail carrier, sportsmen – athletes, barman – bartender, milkman – product deliverer* [Шеремета 2018: 189];

2) Замена окончания **–man** на **–person**: *chairman – chairperson, congressman – congressperson, spokesman – spokesperson* [гендерная политкорректность : 58].

3) Другие варианты: *fireman – firefighter, cameraman – camera operator, policeman – police officer, fireman – firefighter, housewife – housemaker, motherhood – parenthood*.

Претерпела изменения и система вежливого обращения. В английском языке было принято обращаться **Mr** (к мужчине), **Mrs** и **Miss** (к женщине, где в первом случае речь шла о замужней женщине, а во втором – о незамужней). Попыткой избавиться от языковой дискриминации в случае женщин стало введение общего для женщин обращения **Ms**, подходящего как к замужним, так и незамужним женщинам. Но это ещё не гендерно-нейтральное обращение. Сейчас в Великобритании распространено нейтральное уважительное **Mx**, которое используется вне зависимости от пола и гендера [Гендерно нейтральный английский [www](http://www)].

В русском языке ситуация с образованием гендерно – нейтральных единиц несколько иная. Далее приведены некоторые способы:

1) Нижнее подчеркивание (или “*gender\_gap*”): *блогер\_ка, дизайнер\_ка, студент\_ка*.

Такой способ предназначен для включенности небинарных форм гендерной идентичности в общий языковой и социальный контекст [Першай, Ситникова [www](http://www)]. Необходимо отметить, что такой способ действует на письме, для устной речи он не подходит.

2) Наличие гендерно-нейтральных слов мужского рода, которые могут употребляться в отношении женщин: *гид, декан, доцент, клерк, олигарх, виртуоз, педагог, педиатр, уникум, стратег, сноб, банкрот, босс, шеф* и т.п. [Шеремета 2018: 190].

Таким образом, проведя параллель между английским и русским языками, можно сделать вывод о том, что в синтетических языках (к которым относится русский язык) процесс гендерной нейтрализации потребует не столько введения новой лексики, сколько пересмотра грамматических норм, задающих определенное видение пола и гендера; и такой процесс достаточно долгий и трудоемкий. Система аналитических языков (английского в том числе), напротив, позволяет

проще и свободнее употреблять гендерно-нейтральные формы, так как нет необходимости согласовывать глаголы, существительные, прилагательные и т.д. в виду отсутствия категории рода.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Аксюченко М. А. Словообразование как способ репрезентации гендера (на материале английского и русского языков) / М. А. Аксюченко, К. А. Власова // Вестник Нижегородского университета им. Лобачевского. – 2015. – № 1. – С. 239–244.
2. Беркутова В. В. Феминативы в русском языке: лингвистический аспект / В. В. Беркутова // Филологический аспект. – 2019. – № 1 (45). – С. 7–26.
3. Гендерно-нейтральный английский. – Режим доступа: <https://lingua-airlines.ru/articles/genderno-nejtralnyj-anglijskij/>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 05.09.21).
4. Гузаерова Р. Р. Блогер или блогерша: русские феминитивы с формантом -ш(а) в современном медиапространстве / Р. Р. Гузаерова // Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки. – 2019. – С. 105–116.
5. Истомина М. А. К вопросу о грамматической категории рода в английском и русском языках в аспекте гендерной лингвистики / М. А. Истомина, Р. А. Мельников, А. В. Дмитриев. – СПб. : ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2020. – С. 177–179.
6. Каменская О. Л. Гендерология – наука будущего / О. Л. Каменская // Гендер как интрига познания. Пилотный выпуск. – М. : Рудомино, 2002. – С. 13–20.
7. Кирова А. Г. Развитие гендерных исследований в лингвистике / А. Г. Кирова // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2009. – № 8 (86). – С. 138–140.
8. Кирилина А. В. Гендерные исследования в лингвистике и теории коммуникации / А. В. Кирилина. – М. : РОССПЭН, 2004. – С. 234–251.
9. Кириллина А. В. О применении понятия гендер а русскоязычном лингвистическом описании / А. В. Кириллина. – Режим доступа: [https://a-z.ru/women\\_cd1/html/filologich\\_nauki\\_3.htm](https://a-z.ru/women_cd1/html/filologich_nauki_3.htm), свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 28.08.2021).
10. Небинарная гендерная идентичность. – Режим доступа: <https://nonbinary.wiki/wiki/Nonbinary/ru>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 03.09.2021).
11. Першай А. Снова о языковом сексизме / А. Першай // Гендерный журнал «Я». – 2015. – № 1 (37). – С. 32–34.
12. Першай А. Гендерно-нейтральный язык и небинарные идентичности: как реформировать язык? / А. Першай, О. Андреевских, Я. Ситникова. – Режим доступа: <https://makeout.by/2017/02/27/genderno-nejtralnyy-yazyk.html>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 28.08.2021).

13. Ситникова И. О. Влияние феминистской критики языка на немецкоязычный академический интернет-дискурс / И. О. Ситникова // Вестник Вятск. гос. ун-та. – 2017. – № 2. – С. 74–80.
14. Словарь гендерных терминов. – Режим доступа: <http://a-z-gender.net/feminitivy.html>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 06.09.2021).
15. Хижняк С. П. Феминитивы VS Гендерно нейтральные слова со значением профессий в русском и английском языках / С. П. Хижняк // Язык науки и профессиональная коммуникация. – 2020. – № 2 (3). – С. 24–37.
16. Шеремета Ю. И. Лексические средства гендерной нейтрализации в английском и русском общественно-политическом тексте / Ю. И. Шеремета // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. – 2018. – № 3. – С. 184–192.
17. D'Angelo F. Is Language Intrinsically 'Fascist'? The Relationship between Gender Across Languages and Ostracism / F. D'Angelo // Language. Text. Society, 2020. – Vol. 7 (1). – P. 1–9.
18. Evan D. Bradley. Singular 'they' and novel pronouns: gender-neutral, nonbinary, or both? / D. Bradley Evan, Julia Salkind, Ally Moore, Sofi Teitsort. – 2019. – P. 1–7.
19. Robins R. H. General Linguistics. An Introductory Survey / R. H. Robins. – London : Longman Group Ltd., 1964.
20. Stahlberg Dagmar. Representation of the sexes in language / Stahlberg Dagmar, Friederike Braun, Lisa Irmen, Sabine Sczesny // In Social communication, edited by K. Fiedler. – New York : Psychology Press, 2007. – P. 163–187.
21. The Free Dictionary. – Режим доступа: <https://www.thefreedictionary.com/Gender-in-Nouns.htm>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. англ. (дата обращения: 03.09.2021).



## ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ЛЕКСИКОН СОВРЕМЕННОГО ЖУРНАЛИСТА (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

Зуева А.А.  
Санкт-Петербург, Россия

**Аннотация.** *Статья фокусируется на особенностях жаргонизмов, сленгизмов, терминов английского журналистского языка и специфике их использования. Дается характеристика наиболее часто встречающихся устойчивых и сленговых выражений, клише в печатных, теле- и радиоисточниках. Делается попытка оценить влияние журнализмов на качество текстов.*

**Ключевые слова:** *сленг/сленгизмы, жаргонизмы, клише\речевые штампы, журнализмы, термин*

**Abstract.** *The article focuses on the main features of jargonisms, slangisms, terminology in the English journalistic language and the specifics of their usage. The characteristics of the most common set phrases, slang and clichés in various sources are given. The impact of journalese on the quality of texts is analyzed.*

**Keywords:** *slang/slangisms, jargonisms, clichés, journalism, terminology*

Через каждого человека ежедневно проходит масса информации из разнообразных источников – Интернета, печатных изданий, радио, телевидения. Журналистский текст должен быть составлен таким образом, чтобы он адекватно воспринимался определенным кругом читателей. Исходя из этой цели, язык прессы часто ориентирован на массового потребителя, поэтому журналы зачастую используют привычные для носителей языка клише, сленговые выражения и жаргоны. Но помимо широко распространенных неформальных выражений журналисты используют свой собственный, понятный только им профессиональный язык, своеобразный шифр.

По мнению авторов работы “Mediawriting: Print, Broadcast, and Public Relations” [Whitaker et al. 2009], журналисты часто попадают в ловушку использования общих фраз, клише, жаргонов, и зачастую все это переходит в графоманию. Такой стиль обзавелся своим названием – журнализм. Исследователи выделяют характерные черты этого стиля: “In the language of journalese, temperatures soar. Costs skyrocket. Fires rage and rivers rampage. Projects are kicked off. Opponents weigh in. Buildings are slated for demolition or perhaps they are tagged. In journalese, people get ago-ahead and projects get a green light”. В настоящей речи такие выражения не встречаются, поэтому, как считают авторы, лучше всего избегать их <...>. Язык должен оставаться живым и емким [Whitaker et al. 2009].

Газетный текст очень часто строится на взаимодействии литературной и нелитературной лексики. Подобным образом можно добиться эффекта негативной или позитивной авторской оценки, реалистичности изображаемых явлений или передать авторскую иронию, смех, негодование, сарказм [Комиссаров 2000]. Эмоциональный, экспрессивный, оценочный характер тексту придают жаргонизмы. Иногда с той же целью жаргонизмы используют в заголовках.

В области лексики для заголовков английских газет характерно частое использование специальных слов, которые образуют «заголовочный жаргон» (“headlinese”): *ban, bid, claim, crack, crash, cut, dash, hit, move, quit, quiz, rap, rush, slash* и др. В газетных заголовках широко используются жаргонизмы и другие лексические единицы разговорного стиля. Даже если статья написана нейтральным языком, заголовок часто носит более разговорный характер. Отличительной особенностью «заголовочных жаргонов» является не только частота их употребления, но и универсальный характер их семантики: e.g. “MTS Makes Bid for Volga Mobile Phone Operator”; “BOY BLUE SLUNG HIS HOOK”.

Жаргонизмы не только маркируют определенную профессиональную группу, но и служат для построения более емких фраз – в этом проявляется стремление языка к экономии: слово или пара слов может заменить собой целое словосочетание, охраняя при этом исходное лексическое значение. Например, “beat” - тема, предназначенная для регулярного освещения, или эксклюзивная история; “crony journalism” («кумовская журналистика») - игнорирование плохих новостей о людях, которые являются друзьями или знакомыми журналиста; “morgue” – газетная библиотека.

Сленг же, в отличие от жаргона, выходит за пределы профессиональной речи, используется в повседневности и ввиду своей неустойчивости часто обновляется. Несмотря на эту особенность, многие исследователи используют слово “slang” как синоним жаргона. Само слово «журналист» имеет свой сленговый синоним — *pen-pusher* / «писака».

Журналистский жаргон или сленг («journalese») отражает лексические особенности устной и письменной речи, используемой журналистами для освещения новостей и событий в газетах, журналах, по телевизору, написания публицистических текстов. В жаргонах может применяться любая языковая модель лексико-семантического образования – метафорическая и метонимическая:

– метафорический перенос: *banner, ribbon, streamer, screamer* / заголовков; *break* / новость, ставшая популярной; *bright* / короткая и забавная история; *bulldog* / первый выпуск издания; *to crop* / вырезать лишнюю часть фотографии для размещения в газете; *hard news* / важные новости; *soft news* / новости, не освещающие какие-то важные происшествия, чаще предназначенные для развлечения; *jump* / продолжение статьи на другой странице; *news hole* / место в газете или

журнале для размещения иллюстрации; *pool* / группа корреспондентов, собранная для освещения какого-либо события; *stringer* / внештатный корреспондент; *tip* / информация, полученная репортером из близких ему источников, по блату; *puffpiece* / хвалебная заказная статья;

– метонимический перенос: *line* / заголовок; *handout* / материал, подготовленный для публикации; *off-the-record* / информация от конфиденциальных источников; *overnight* / статья, написанная прямо перед выпуском номера; *sidebar* / боковая колонка с дополнительной информацией в статье; *rowback* / статья, в которой пытаются исправить ошибку из предыдущей статьи, при этом не признавая ее или не взяв на себя ответственность за эту ошибку.

Журналистский сленг основан на метафоризации, замене образов и ассоциаций, поэтому новым сленговым выражением может стать любая языковая единица. Приведем примеры сленгизмов (Reporting Slang): *live* / журналистский материал, в котором показана жизнь такой, какая она есть, т.е. без предварительной подготовки; *share* / рейтинг номера; *standup* / часть сюжета, в которой корреспондент появляется в кадре; *deadair* / намеренное прерывание теле- или радиоэфира; *door-stop* / интервью на ходу, когда журналист пытается задать вопросы человеку, выходящему из здания; *dropin* / статья или новость, которую добавляют в последний момент; *FiveWsand* / Who? What? Where? When? Why? How? - главные вопросы, на которые журналист должен дать ответ; *nutgraf* / абзац с главной информацией статьи; *pad* / «лить воду», чтобы увеличить объем статьи; *puttobed* / отправить в печать; *run* / опубликовать материал; *splash* / полоса с привлекающей наибольшее внимание информацией.

Становление журналистского сленга берет начало в 1898 году, когда возникает термин “yellow journalism” («желтый журнализм»). Он появился в процессе «тиражных боев» между газетами New York World и New York Journal. Желтый журнализм - создание сенсаций из ничего, преувеличение и переиначивание новостей для привлечения большей аудитории. Свое название он получил от новостной заметки “Yellow Kid”, печатавшейся желтой краской в New York World.

Помимо жаргонизмов и сленга журналисты также используют:

- атрибутивные препозитивные словосочетания (*death ride, death ship; top politician, top referee, top team; rescue worker, rescue party, rescue team*);

- редупликацию (полное или частичное повторение корня, основы, целого слова при образовании нового слова), т.к. такие выражения легко запоминаются и часто становятся крылатыми; слова могут рифмоваться друг с другом (*the brain drain* – «утечка мозгов», *culture-vulture* – человек, без разбора «потребляющий» фильмы, музыку, книги и пр.);

- архаизмы (устаревшее слово, которое в современной речи заменено синонимом) – некоторые из них лаконичны и широко используемы, поэтому прижились в журналистском языке (*agog, hustings, scribe, slay*);

- некоторые виды модификации (инновации, появляющейся в языке под влиянием социальных факторов) – комбинации слов образуют целые цепочки прилагательных или атрибутивных существительных: *'london-born-disc-jockey-Ray Golding...'*; или *'Zsa Zsa Gabor, seventyish, eight-times-married, Hungarian-born celebrity...'*. Этот прием начали использовать в 20-х годах 20 века в "Time" с целью воздействия на читателя и создания броскости текста;

- неологизмы (значение слова или словосочетание, недавно появившееся в языке) - журналисты используют искусственно созданные слова для усиления эффекта, яркости речи (впрочем, некоторые из них «прижились» в языке): *new-look, see-through, lookalike, lensman, weatherman, vocalist*.

В газетах, рассчитанных на массового читателя, используются короткие просторечные выражения (*vernacular words*) для демократизации стиля (*poll* - 'election'; *blast* - 'explosion'; *jobless* - 'unemployed'; *homeless* - 'destitute') и намеренное неправильное написание слов с той же целью приближения текста к простому читателю (*gonna, loadsamoney, showbiz, whodunnit, dontcha, wanna*).

Исходя из проанализированных материалов, можно сделать вывод, что основным способом образования журналистских жаргонов и клише является метафорический перенос.

Также журнализмы подразделяются на две категории: искусственно созданные выражения, которыми не пользуются в обычной речи, и выражения, заимствованные из живого языка. Клише многим обязаны журналистам. Это язык стереотипизации и метафоризации [Leo 1985]: *the rat race* – бизнес-конкуренция; *the party faithful* – избиратели политической партии или верные работники; *Месса* - место, привлекающее множество людей.

Происходящие события и, вообще, новости часто характеризуют эмоционально-окрашенными прилагательными для привлечения внимания: *burden, disaster, dream, fantasy, glamour, horror, nightmare, terror; amazing, bizarre, cataclysmic, devastating, heart-stopping, heart-warming, horrendous, moving, outrageous, scandalous, shattering, staggering*.

Некоторые синтаксические конструкции встречаются настолько часто, что могут восприниматься как клише: *amid mounting* (*Amid mounting calls for his resignation, X has decided to tough it out*); *appositional many* (*mothers, many with children in their arms*); *that was once* (*standing in the ruin that was once central Beirut*). Клише и журнализмы обычно используются, когда воображение изживает себя и журналисту уже нечего больше сказать, особенно когда дело доходит до заголовков [Boyd et al. 2008].

Помимо жаргоноизмов и сленговых выражений в профессиональный лексикон современного журналиста входят и термины. Исходя из определения понятия «термин», данного различными словарями, и специфики этих слов, можно сказать, что эти лексические единицы используются непосредственно в профессиональном кругу журналистов в отличие от клише и жаргонов, проникающих в язык, а иногда и целенаправленно используемых для стилистики текста.

Отметим, что большая часть журналистских терминов тесно связана с техническими понятиями, благодаря развитию технологий и, следовательно, теле-, радиожурналистики. Большинство из рассмотренных терминов – однословные (50 %): *actuality* (иногда сокращаемое до *act.*) / аудиодорожка, записываемая вне студии; *backgrounder* / предшествующие события тем, что происходят сейчас; подводка; *dateline* / локация, где репортер рассказывает историю; *live* / эфир в настоящем времени. Встречаются и двухсловные (26 %) и трехсловные (7 %): *blind interview* / интервью, в котором интервьюируемый остается анонимным; *citizen journalism* / подразумевает работу блогеров, репортеров-любителей и, вообще, работу, не требующую специальной подготовки; *leading questions* / вопросы, задающие тон и направление всему интервью; *Join in Progress* / (многопользовательское подключение).

При образовании терминов используется как метафоризация (*bridge* / звуковая дорожка, соединяющая две новости), так и употребление слов в их буквальном значении (*closed-ended question*).

Можно сделать вывод, что журнализмы – неформальный, часто с уничижительным оттенком, термин, обозначающий стиль письма, набор выражений, встречающийся во многих газетах и журналах. В это понятие входят используемые клише, жаргонизмы, сленговые выражения, шаблоны для заголовков (*headlines*). В целом, различные исследователи, да и сами журналисты, сходятся во мнении о том, что использование журнализмов – признак вторичности языка. Имеются в виду журнализмы, распространенные непосредственно в текстах, а не в замкнутой профессиональной группе.

Журнализмы, используемые для неформального названия профессиональных объектов и явлений, лаконизации и демократизации речи, и ее экспрессивности, образуются в большинстве своем с помощью метафоризации. Некоторые журнализмы проникли в разговорную речь и прижились в ней. Образные выражения делают текст ближе к читателю, в отличие от терминов, входящих в лексикон журналистов, так как они направлены преимущественно на использование в профессиональной среде.

## **ЛИТЕРАТУРА**

1. Комиссаров В. Н. Лингвистика перевода / В. Н. Комиссаров. – М., 2000.
2. Boyd A. Broadcast Journalism: Techniques of Radio and Television News / A. Boyd et al. – Focal Press, 2008.
3. Leo J. Journalese for the Lay Reader / J. Leo. – Time, March 18, 1985.
4. Whitaker W. R. Mediawriting: Print, Broadcast, and Public Relations / W. R. Whitaker, R. D. Smith et al. – Taylor & Francis, 2009.

Секция 2  
**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ДИСКУРСИВНОЙ ЛИНГВИСТИКИ  
И ПРАГМАЛИНГВИСТИКИ**

---

**КАТЕГОРИЯ ИМПЕРАТИВНОСТИ В РАЗНЫХ ВИДАХ ДИСКУРСА  
С ПОЗИЦИЙ ПЕРФОРМАТИВНОЙ ПРАГМАЛИНГВИСТИКИ**

**Горбачева Е.Н.  
Астрахань, Россия**

**Аннотация.** В статье анализируются способы и средства выражения функционально-семантической категории императивности с позиций перформативной прагмалингвистики. Исследование проводится на материале английского и русского языков. Рассматриваются такие виды дискурса, как религиозный, рекламный (коммерческая и социальная реклама), дипломатический (традиционная и цифровая дипломатия), персональный.

**Ключевые слова:** императивность, императив, речевой акт, дискурс, перформативная стратегия

**Abstract.** The article deals with the ways and means of expressing the functional and semantic category of imperativeness from the point of view of performative pragmalinguistics. The research is carried out on the material of the English and Russian languages. The article considers such types of discourse as religious, advertising (commercial and social advertising), diplomatic (traditional and digital diplomacy), personal.

**Keywords:** imperativeness, imperative, speech act, discourse, performative strategy

Категория императивности является функционально-семантической категорией, выражающей с помощью разноуровневых языковых средств инвариантные побудительные и волеизъявительные значения. К настоящему времени изучены разные аспекты императивности: семантико-прагматические варианты побудительных высказываний в русскоязычной художественной и разговорной речи [Иосифова 2012], структурно-семантические и социопрагматические характеристики императивных высказываний в сравнительно-сопоставительном плане [Ивановская 2005], национальная специфика выражения побуждения [Абакарова 2003; Асхабалиева 2006; Казакова 2003; Патахова 2005].

В данной работе императивность рассматривается в русле перформативной прагмалингвистики – направления, изучающего высказывания с позиций дискурсивной перформативности, которую мы понимаем в широком смысле как коммуникативную фактуализацию явлений действительности, иными словами, конституирование фактов

посредством высказываний, а в узком смысле – как осуществление коммуникативного речевого поступка посредством перформативных стратегий. При этом мы считаем возможным выделить устанавливающую, подтверждающую, трансформирующую и оспаривающую перформативные стратегии, направленные в целом на «конструирование» социальной реальности [Горбачева 2016: 4, 25].

Следует разграничивать понятия «императивность» и «императив», причем последний необходимо понимать в узком и широком смыслах. Императив в узком смысле – это речевые акты (высказывания), выражающие побуждение к действию. В теории речевых актов они сводятся к директивным высказываниям: инъюнктивам (призывы, приказы, требования), суггестивам (советы, предупреждения / предостережения), инструктивам (предписания, инструкции), пермиссивам (разрешения), прохибитивам (запреты) [Горбачева 2016: 27]. Императивность как функционально-семантическая категория объединяет все возможные формы и значения императива.

Императив в широком смысле является нравственно-философской категорией и составляет философскую основу изучения императивности в языке. Императив – центральное понятие философской концепции Иммануила Канта, который различает категорический и гипотетический императив: Категорический императив – синоним морального закона, нравственной нормы, безусловно обязательной, вне зависимости от человеческой воли. Категорический императив предписывает поступки, которые хороши сами по себе, объективно без учета последствий, безотносительно к какой-либо иной цели. Гипотетический императив – это правило, которое человек устанавливает для того, чтобы достигнуть конкретной цели в процессе труда или повседневных дел, не ставя перед собой вопроса о ее соответствии нравственному закону [Новая философская энциклопедия [www](http://www.philosophy.ru); Философская энциклопедия [www](http://www.socionet.ru)].

Категорический императив в понимании Канта встречается в **религиозном дискурсе**, в частности в Десяти ветхозаветных Заповедях, являясь, на наш взгляд, имманентной категорией данного дискурса. Так, основополагающая роль императивности для Заповедей отражена в определении слова «заповедь»: 1. Религиозно-моральное предписание, завет (рел.). 2. Предписание, имеющее в глазах того, к кому оно обращено, большую моральную силу, авторитет (ритор.) [Ушаков 1996].

Первые четыре заповеди содержат в себе обязанности любви к Богу, последние шесть заключают в себе обязанности любви к ближнему (т.е. ко всем людям). Семь из них выражены глаголами в повелительном наклонении в отрицательной форме, манифестируя тем самым запрет: *Не сотвори себе кумира и никакого изображения; не поклоняйся им и не служи им; Не убий; Не лжесвидетельствуй* <...>. В английском языке в новой версии Библии короля Якова (New King James Version) запрет манифестируется с помощью отрицательной



формы модального глагола *shall*: *You shall not make for yourself a carved image <...>. You shall not murder. You shall not bear false witness against your neighbor.* Две Заповеди выражены глаголами в повелительном наклонении в утвердительной форме и объективируют приказ: *Шесть дней работай и делай всякие дела свои, а седьмой... по-святи* Господу Богу твоему. *Почитай отца твоего и мать, да будешь благословен на земле и долголетен* (ср. англ. *Remember the Sabbath day <...>. Honour your father and your mother <...>*). В первой Заповеди нет прямого побуждения к действию, но есть косвенное побуждение к почитанию Бога: *Я есть Господь Бог твой, и нет других богов, кроме Меня* (ср. англ. *I am the Lord your God <...>. You shall have no other gods before Me*).

Запрет и приказ относятся к директивным речевым актам (запрет – речевой акт прохибитив, приказ – речевой акт инъюнктив), реализующим тактику доминирующего субъектного позиционирования в рамках подтверждающей перформативной стратегии, с помощью которой субъект самым актом коммуникации подтверждает свое более высокое по отношению к адресату социальное положение либо доминирующую коммуникативную роль. Применительно к религиозному дискурсу и конкретно к Заповедям Ветхого Завета необходимо оговориться, что доминирующее положение их субъекта, т.е. Бога, обусловлено Его особым онтологическим статусом: три подхода к определению статуса Бога, описанные святителем Григорием Богословом, – онтический, гиперохический и онтологический – позволяют назвать Его «и Сущим, и Бытием, и Превышающим бытие» [Гагинский 2011: 50].

Во всех других дискурсах следует говорить о выражении гипотетического императива.

Императивность по-разному проявляется в разных видах дискурса. В **рекламном дискурсе** наличие прямо и косвенно выраженной императивности – это едва ли не обязательное условие его функционирования, учитывая тот факт, что в рекламе употребляются в основном императивные и декларативные высказывания, которые фактуализируют различные социальные ценности: заботу о человеке, повышение его социального статуса и уровня жизни, удовлетворение его потребностей и т.п. Императивные высказывания в рекламном дискурсе представляют собой прямой способ манифестации императивности с помощью директивно-инъюнктивного речевого акта призыва: *Have a break. Have a KitKat.* (Nestle) *Успейте до 31.07! Лето, солнце, скидки до 50 % на уход и не только!* (L'Etoile).

Декларативы – это косвенный способ выражения императивности в рекламном дискурсе, поскольку, вызывая нужные ассоциации у адресата, они побуждают его к приобретению рекламируемого товара или к тому, чтобы воспользоваться продвигаемой услугой: *Creamy. Dreamy. Icy. Chocolatey* (McDonald's). Нужный перлокутивный эффект в данной рекламе продукта от компании McDonald's достигается за счет

концентрации в одном коротком высказывании трех разных частно-оценочных значений – сенсорного (*Icy*), вкусового (*Creamy. Chocolatey*) и эмоционального психологического (*Dreamy*).

В социальной рекламе посредством декларатива выражается предупреждение / предостережение, посредством императива – призыв, совет, предупреждение / предостережение, запрет, угроза:

*46 days in hospital bed. Slower is better.* В приведенном примере социальной рекламы с помощью декларатива постулируется ценность жизни и здоровья человека путем предостережения водителей против опасной езды.

*Someone waits for you at home. Don't drink and drive!* В данной социальной антиалкогольной рекламе с помощью имплицитного императива объективируется запрет на вождение автомобиля в состоянии алкогольного опьянения и приводится мотивирующее суждение, апеллирующее к чувствам адресата и имплицитующее тот факт, что адресат несет ответственность не только за себя, но и за своих близких, особенно если те более уязвимы, беспомощны и т.п.

*Liking isn't helping. Be a volunteer. Change a life.* В данной социальной рекламе волонтерского движения побуждение к действию передается посредством глаголов в повелительном наклонении (*Be...; Change...*), объективирующих призыв, и оценочного суждения, пресуппозицию в которого можно выразить таким образом: «Лайки в Интернете не приносят людям никакой пользы».

Говоря о рекламе как о коммуникативном речевом поступке, необходимо отметить, что коммерческая реклама реализуется посредством двух перформативных стратегий – устанавливающей и подтверждающей. Устанавливающая стратегия позволяет субъекту высказывания позиционировать себя как производителя особенного продукта / поставщика особого рода услуг, в связи с чем он возлагает на себя ответственность за сохранение доминирующего положения в занимаемой им рыночной нише. В данном случае используется перформативная тактика субъектной идентификации. Подтверждающая стратегия реализуется в нисходящем субъектно-адресатном коммуникативном векторе с помощью перформативной тактики доминирующего субъектного позиционирования. Ее суть заключается в том, что рекламода-тель побуждает получателя рекламы воспользоваться продвигаемым продуктом / услугой, поскольку это во благо прежде всего самого адресата. Одновременное использование в коммерческой рекламе двух перформативных стратегий объясняется ее двуплановым манипулятивным характером: адресант делает вид, что его стремление принести пользу адресату бескорыстно, а адресат делает вид, что не осознает настоящих мотивов манипулятивных приемов рекламы [Ильинова 2011: 45].

Социальная реклама не нуждается в такой манипулятивной двуплановости, поэтому ее субъект реализует только одну перформативную

стратегию в своем рекламном сообщении, а именно подтверждающую стратегию, конкретизирующуюся в тактике доминирующего субъектного позиционирования, причем доминирование здесь является сугубо коммуникативным и состоит в имплицировании способности адресанта к осуществлению социальной рефлексии.

**В дипломатическом дискурсе** – в его традиционной форме – императивность находит свое выражение в жанре официального заявления. Для ее манифестации используется директивно-инъюнктивный акт призыва: дипломаты могут призывать адресатов – представителей других государств – к переговорному процессу (если адресатами являются конфликтующие стороны), к соблюдению норм международного права либо определенных обязательств по договорам. Как правило, призыв в дипломатическом заявлении выражается прямо, посредством эксплицитного перформатива (... *call on*...; *Призываем*...). Дипломаты с его помощью фактуализируют свою заинтересованность в снижении напряженности между сторонами конфликта или в прекращении конфликта, приверженность нормам международного права, уважительное отношение к позиции и интересам других стран и т.д.: *The United States calls on all parties to the conflict to focus on and embrace the UN-led political process, with the unified aim of a safe, secure, and prosperous Yemen* (Из заявления Госдепартамента США от 09.05.2018 по ситуации на йеменском острове Сокотра). *Призываем провести тщательное и объективное расследование и привлечь виновных к ответственности. <...> В очередной раз призываем к активизации прямых переговоров между сторонами конфликта - Киевом, Донецком и Луганском – в рамках Контактной группы с целью полного выполнения «Комплекса мер», являющегося безальтернативной основой урегулирования в Донбассе* (Из заявления МИД РФ от 23.04.2017 в связи с подрывом автомобиля ОБСЕ на Украине).

**В цифровом дипломатическом дискурсе** спектр выражения императивности шире: наряду с призывом в нем используются другие директивные акты (совет, предупреждение, требование). В твите Госдепа от 15 сентября 2018 г. находим совет, выраженный с помощью модального глагола *should*. Он адресован России, которой советуют выполнять взятые на себя обязательства в соответствии с резолюцией 2254 СБ ООН по Сирии, принятой на 7588-м заседании 18 декабря 2015 года: *Russia should live up to its self-professed commitments in accordance with UNSCR 2254...*

Совет может быть настойчивым, граничащим с призывом, и выражаться с помощью перформативного глагола *urge*. В твите госсекретаря США Майка Помпео от 14 мая 2019 г. во время его первого визита в Россию в качестве главы внешнеполитического ведомства подчеркивается, что встречи в этот день стали позитивным шагом вперед. США и Россия продемонстрировали в прошлом, что возможно сотрудничество по ключевым международным вопросам, и дается настойчивый

совет России сотрудничать с США, «чтобы изменить траекторию отношений на благо обеих наций»: *Today's meetings were a positive step forward. U.S. & #Russia have demonstrated in the past that we can cooperate on key international issues. We urge Russia to work with us to change the trajectory of the relationship for the benefit of both nations.*

В твите Госдепа от 15 сентября 2019 г., после того, как США внесли в иранский санкционный список две компании, связанные с иранской авиакомпанией Mahan Air (таиландскую My Aviation и малазийскую Mahan Travel), содержится предупреждение иранской стороне о том, что ей не следует посылать вооружение Асаду, тем самым помогая его режиму, а лучше помочь своим гражданам выжить в условиях плохо управляемой экономики. Предупреждение выражено посредством лексемы *warning* и подкрепляется аргументом – категоричным суждением о неприемлемости факта развития авиационного сектора за счет материальных выгод от пособничества терроризму: *Mahan Air is an example of #Iran's regime stealing its citizens' money—sending fighters & weapons to help Assad instead of helping them survive a mismanaged economy. This @USTreasury action is a warning. Aviation industry should not profit from terrorism. <https://home.treasury.gov/news/press-releases/sm484#.W508EOtAyEg.twitter> ...*

В твитах Дональда Трампа предупреждения граничат с угрозой, как, например, в известном твите, сделанном им 11 апреля 2018 года в ответ на заявление посла РФ в Ливане Александра Засыпкина о готовности России к перехвату любых ракет, выпущенных США по территории Сирии. Предупреждение здесь выражено посредством повелительного наклонения глагола и прямого обращения к России, а в качестве аргумента дается совет не сотрудничать с монстром, убивающим своих граждан и наслаждающимся этим: *Russia vows to shoot down any and all missiles fired at Syria. Get ready Russia, because they will be coming, nice and new and "smart!" You shouldn't be partners with a Gas Killing Animal who kills his people and enjoys it!*

Поскольку дискурс цифровой дипломатии сочетает в себе характеристики собственно дипломатического и медийного дискурсов, большую роль в нем играет манипулирование сознанием адресата. Так, в твите Майка Помпео от 15 сентября 2018 года говорится, что Россия активно пыталась подорвать работу Комитета Совета Безопасности ООН по санкциям против Северной Кореи. Далее выражается совет, обращенный к Комитету, оставаться независимым и сообщать о фактах, какими они их знают. Однако совет выражен не прямо, а косвенно, как выражение надежды от лица самого госсекретаря: *SecPompeo: #Russia has actively attempted to undermine the work of the UN Security Council Sanctions Committee on North Korea. I hope that the Committee will do what it has historically done – remain independent and report on the facts as they know it. #DPRK.*

Директивно-инъюнктивный акт требования в рассматриваемом дискурсе может сопровождаться призывом. В ретвите Госдепа от 13 сентября 2018 года содержится требование, обращенное к руководству Ирана, освободить политических заключенных (около 800 человек), и призыв к мировому сообществу привлечь иранский режим к ответственности за жестокое обращение с его гражданами. Требование выражено посредством перформативного глагола *demand*, а призыв – с помощью перформативного глагола *call on*: *An estimated 800 Iranians are prisoners of the #Iran regime because they exercised their human rights. We demand the release of these political prisoners and call on the international community to hold the Iranian regime accountable for the abuse of its citizens. #PrisonersofIran.*

В **персональном дискурсе** императив приобретает дополнительные к семантике побуждения коннотации, выражающие разные модальные значения высказывания, за счет использования частиц, междометий, фразовых глаголов (в английском языке): *Посмотри-ка!*, *Come on! Hey, look* (побуждение + коннотация дружеского или фамильярного отношения); *Ну-ка посмотри!* (настойчивое побуждение); *Ну, посмотри же!* (побуждение + выражение раздражения); *Да замолчи ты* (побуждение + пренебрежение / раздражение); *Хватит!* (запрет + раздражение). При этом глагол может употребляться не только в форме повелительного наклонения, но и в форме сослагательного наклонения (*Ты бы хоть посмотрел!* (побуждение + выражение упрёка)), и инфинитива (в русском языке (*Стоять!*). Может употребляться и вопросительное предложение: *Да замолчишь ты уже?* (побуждение + раздражение). Последний пример - это транспонированный императив, т.е. речевое действие, интенция которого выражается посредством формы другого действия.

По справедливому замечанию Л.А. Мелеховой, «коннотативные смыслы побудительных высказываний отражают не только эмоционально-экспрессивный и стилистический, но и прагматический потенциал императивной семантики» [Мелехова 2012: 83]. В плане осуществления коммуникативного поступка в персональном дискурсе посредством императивных высказываний следует говорить о реализации главным образом подтверждающей перформативной стратегии.

Итак, выражение императивности обусловлено спецификой дискурса. В рассмотренных нами видах дискурса – религиозном, рекламном, дипломатическом и персональном – императивность выражается в основном посредством директивных речевых актов, за исключением дискурса коммерческой рекламы, где прямой способ выражения императивности (директивно-инъюнктивный акт призыва) сочетается с косвенным (речевой акт декларатив). С точки зрения перформативной прагмалингвистики речевые акты, манифестирующие императивность, являются средством конституирования определенных фактов и осуществления определенных речевых поступков.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Абакарова Н. М.-Г. Средства выражения побудительной модальности в лакском языке : монография / Н. М.-Г. Абакарова. – Махачкала: ИЯЛИ ДНЦ РАН, 2009. – 149 с.
2. Асхабалиева К. З. Императив аварского языка в функционально-семантическом освещении : автореф. дис. ... канд. филол. наук / К. З. Асхабалиева. – Махачкала, 2006. – 24 с.
3. Гагинский А. М. Онтологический статус Бога у Свт. Григория Богослова / А. М. Гагинский // Историко-философский ежегодник. – 2011. – № 2012. – С. 33–52.
4. Горбачева Е. Н. Дискурсивная перформативность: признаки, типы жанры : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Е. Н. Горбачева. – Тамбов, 2016. – 40 с.
5. Ивановская Г. П. Структурно-семантические и социопрагматические характеристики императивных высказываний: Комплексный сравнительно-сопоставительный анализ на материале русского, английского и французского языков : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Г. П. Ивановская. – Пятигорск, 2005. – 21 с.
6. Ильинова Е. Ю. Рекламный дискурс: ценности, образы, ассоциации / Е. Ю. Ильинова // Рекламный дискурс и рекламный текст: коллективная монография. – М. : ФЛИНТА : Наука, 2011. – С. 38–56.
7. Иосифова В. Е. Русский императив в грамматической системе и в разговорной речи : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / В. Е. Иосифова. – Москва, 2012. – 34 с.
8. Казакова А. С. Кумыкский императив в функционально-семантическом освещении : автореф. дис. ... канд. филол. наук / А. С. Казакова. – Махачкала, 2003. – 21 с.
9. Мелехова Л. А. Коннотация императива: понятие и средства выражения / Л. А. Мелехова // Известия ВГПУ. – 2012. – № 2 (66). – С. 82–86.
10. Новая философская энциклопедия : в 4 т. / под ред. В .С. Стёпина. – М. : Мысль, 2001. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 12.08.21).
11. Патахова П. Д. Функционально-семагтическая категория побудительной модальности в аварском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук / П. Д. Патахова. – Махачкала, 2005. – 20 с.
12. Толковый словарь русского языка / под ред. Д. Н. Ушакова. – Режим доступа: <http://enc.biblioclub.ru/Tetrad/20607>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 10.08.21).
13. Философская энциклопедия : в 5 т. (1960–1970 гг.). – М. : Советская энциклопедия. Под ред. Ф. В. Константинова. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 12.08.21).

## ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ МЕДИЦИНСКОГО ЗНАНИЯ О COVID-19 КАК КОММУНИКАТИВНЫЙ ФОРМАТ

Календр А.А.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** В статье рассматриваются интердискурсивные подходы к популяризации медицинского знания, а именно посредством адаптации текста как преобразования информации, с одной стороны, а также выделением ряда особенностей просветительского дискурса как разновидности педагогического и медийного общения.

**Ключевые слова:** популяризация, адаптация, интердискурсивный подход, просветительский дискурс, короналогизмы

**Abstract.** The article discusses interdiscursive approaches to the popularization of medical knowledge, namely through the adaptation of the text as a transformation of information, on the one hand, as well as highlighting a number of features of educational discourse as a kind of pedagogical and media communication.

**Keywords:** popularization, adaptation, interdiscursive approach, educational discourse, coronologisms

Пандемия коронавируса, обрушившаяся на человечество с начала 2020 года затронула главную ценность человека – его здоровье. Повышенный интерес общества к деталям данного заболевания – к симптомам, протеканию болезни, лечению и профилактике – побудил ряд медийных источников к освещению новостей медицинского характера. Выявленной в ноябре 2019 года в Ухане инфекции посвящено большое количество текстов по медицинской тематике в масс-медиа. В рамках данного исследования, интерес представляет непосредственно медицинский дискурс, реализованный в рамках масс-медийных текстов, посвященных вопросам распространения, лечения и предотвращения ковид инфекции среди населения земного шара.

Изучение коммуникативных особенностей популяризации по исследуемой тематике в формате популярно-медицинского дискурса требует выявления интердискурсивных подходов к пониманию этого явления. В настоящей статье популяризация представлена с одной стороны посредством адаптации текста как преобразования информации, с одной стороны, а также выделением ряда особенностей просветительского дискурса как разновидности педагогического и медийного общения.

В настоящей статье считается целесообразным использовать понятие коммуникативного формата, который терминологически уточняется как адаптация способов общения к разным коммуникативным ситуациям: «Обычно такая адаптация носит учебный характер, текст

излагается проще, его лексико-фразеологические средства в максимальной степени сосредоточены в рамках основного словарного фонда, его синтаксис упрощен, и кроме того, в таких текстах встречаются вспомогательные пояснения и краткие комментарии. К адаптации близка и стилизация текста, предполагающая его жанрово-стилистическую аранжировку в соответствии с требуемым каноном» [Карасик 2015: 261].

Профессиональное освоение действительности неизбежно приводит к углублению знаний, которые оказываются доступными только специалистам. Но коммуникативная практика вовлекает в процесс общения тех, кто еще недостаточно подготовлен к получению специальных знаний, и поэтому исходные знания, закодированные в тех или иных текстах и систематизированные в сознании специалистов, подвергаются дозированному преобразованию в структурном, семантическом, прагматическом и дискурсивном аспектах [Первухина 2014].

Адаптация медицинского текста предполагает понятность текста для неспециалиста, т.е. человека, знания которого в области медицины соответствуют обыденному житейскому опыту. Обращает на себя внимание то, что в медицинских текстах-источниках указываются заболевания, а в адаптированных текстах – симптомы, поскольку обыденное сознание опирается на чувственный опыт, а профессиональное – на систематизированные знания, в основе которых лежат причинно-следственные связи между явлениями: *“for some people, having Covid can feel “more like a bad cold” with symptoms such as a headache, sore throat and a runny nose”*.

Говоря о понятиях «адаптация» и «популяризация», все же следует учитывать тот факт, что они не являются абсолютными синонимами. Адаптация может представлять собой изменение для определенного типа адресата некоторого исходного текста медицинской тематики, такого как научная статья, выступления специалистов в рамках научно-профессионального дискурса и являющегося недоступным для понимания широкой аудиторией. В данном случае ссылки на подобные первичные тексты служат подтверждением достоверности предоставляемой информации. В то же время популяризация представляет собой не только преобразование некоторых профессиональных знаний в формат, доступный простому обывателю, но в значительной мере выполняет задачи просвещения населения. В данном аспекте можно утверждать, что популяризация выполняет функции медийного и педагогического дискурса, а именно предоставляет информацию и расширяет кругозор.

Популяризация в лингвистической литературе рассматривается как просветительский дискурс [Арсентьева 2013; Полуйкова 2010], являющийся разновидностью институционального общения, для которого характерен ряд конститутивных признаков.



Первой дискурсивной особенностью анализируемых текстов является языковая среда их реализации. Это не строго научный медицинский дискурс, который имеет место в рамках сугубо профессионального общения; статьи, размещенные на порталах указанных изданий, носят научно-публицистический характер, т.к. имеют своей целью донести информацию научного характера до широких масс реципиентов, которыми могут выступать, как специалисты (врачи-инфекционисты, эпидемиологи, представители органов здравоохранения, психологи и пр.), так и журналисты, выступающие в роли ретранслятора, так как он непосредственно передает слова профессионального медика: *“Covid symptoms: Is it a cold, flu or coronavirus? By Michelle Roberts Health editor, BBC News online. Или Nick Triggle Nick is a BBC health correspondent. He has reported extensively on the NHS and social care as well as how the UK is dealing with challenges such as obesity, the ageing population and health inequalities.”*

Следует отметить, что для англоязычного дискурса характерно подтверждение авторитета не только медика, но и непосредственно журналиста, выступающего в роли ретранслятора медицинского знания. Пометки HEALTH EDITOR и HEALTH CORRESPONDENCE указывают на медицинскую сферу специализации журналиста.

Заслуживает внимания оперирование статистическими данными, которые призваны не только придать убедительность тексту и выступают в роли наглядности, но и оказывают непосредственное воздействие на массы и способствуют в некотором роде устрашению населения, чтобы предотвратить повышение уровня заболеваемости, с одной стороны, и, с другой стороны, побудить к активной вакцинации: *“Vaccines are 96% effective at preventing hospitalization”*.

Исследуемый формат стремится к имитации живого диалога журналиста с партнером. Коммуникативный стиль выражается в сокращении дистанции общения, в языковом плане это достигается за счет употребления личного местоимения *you* в форме 2 лица единственного числа, что имитирует атмосферу общения близко знакомых людей и, самое главное, способствует появлению у адресата немедленной реакции, побуждая его проверить отсутствие или наличие тех или иных симптомов у себя. Личное местоимение *I* используется с той же целью и служит своего рода способом усиления внимания и заставляет примерить симптомы на себя, не только с целью выявления вируса, но прежде всего ввиду перестраховки *“Does a fever mean I have coronavirus? Does sneezing mean I've got coronavirus?”*, а это в свою очередь оказывает непосредственное воздействие на эмоциональную сферу человека.

Было выявлено огромное количество внутритекстовых ссылок на статьи по смежной тематике, а также видео-ролики обучающего характера.

В медиадискурсе исключительную важность приобретает специфика канала передачи информации. Письменный текст в виде газетной информации сориентирован на сообщение о новостях и аналитическое их осмысление. Радиопередача в значительной мере опирается на камерный характер общения, отсюда и вывод о специфическом межличностном общении радиоведущих с аудиторией. Телевидение в силу театрализации неизбежно превращается в состязательно-развлекательное шоу. Специфика канала информации аналогичным образом влияет на популяризацию как коммуникативный формат: изложение определенных сведений на щитах социальной рекламы обусловлено возможностью моментального считывания соответствующих сведений, которые, как правило, сопровождают яркую картинку, информация на стендах поликлиник для широкой аудитории разъясняет симптоматику COVID-19, выступление специалистов узко-медицинского профиля, в частности вирусологов эпидемиологов и инфекционистов, приглашенных в качестве экспертов в телевизионную студию, превращает телезрителей в пассивных участников спектакля (обратим внимание на то, что зрелищность подобных выступлений повышается, если приглашено несколько экспертов, которые полемизируют друг с другом). Для речи данного типа адресанта характерно большое количество профессионально-маркированной лексики, среди которой наиболее интересными являются термины, в первую очередь сам термин “covid”, а также “social distancing” и “lockdown”.

Таким образом, важнейшей характеристикой популяризации является адаптивное преобразование информации, которая должна быть интересна и понятна публике, а специфика текстов, посвященных COVID тематике обусловлена социальной потребностью оказания профессиональной помощи в период пандемии.

Основная характеристика адаптации медицинского знания для широкой аудитории состоит в отборе актуальной информации, волнующей большое число адресатов, опоре на обыденный житейский опыт (наивную картину мира), актуализацию симптомов, на основе которых объясняются причинно-следственные связи.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Арсентьева Т. Е. Современный просветительский дискурс о русском языке как особый коммуникативный феномен / Т. Е. Арсентьева // Вестник Томского государственного университета. – 2013. – № 377. – С. 7–11.
2. Карасик В. И. Языковая спираль: ценности, знаки, мотивы / В. И. Карасик. – Волгоград : Парадигма, 2015. – 432 с.
3. Первухина С. В. Структурно-семантические и дискурсивно-прагматические характеристики адаптированного текста : монография / С. В. Первухина; под ред. В. И. Карасика. – Ростов-на-Дону: Рост. гос. ун-т путей сообщения, 2014. – 203 с.

4. Полуйкова С. Ю. Коммуникативно-речевые стратегии современного просветительского дискурса / С. Ю. Полуйкова // Русский язык: исторические судьбы и современность : мат-лы IV Междунар. конгресса исследователей русского языка. – М. : Изд-во МГУ, 2010. – С. 136.

5. BBC. – Available at: <https://www.bbc.com> (accessed: 20.09.21).

6. New words we created because of Coronavirus. – Available at URL: [www.dictionary.com/e/s/new-words-we-created-because-of-coronavirus/#rona](http://www.dictionary.com/e/s/new-words-we-created-because-of-coronavirus/#rona) (accessed: 15.08.21).

7. Roig–Marín A. English-based coroneologisms / A. Roig–Marín // English Today. – 2020. – Available at URL: <https://www.cambridge.org/core/journals/english-today/article/abs/englishbased-coroneologisms/99D6DA8CF3E953D1C3BC4B9EE574EE9C> (accessed: 10.09.21).

## ПОРТРЕТНОЕ ИНТЕРВЬЮ-ОЧЕРК КАК СУБЖАНР ОЛИМПИЙСКОГО МЕДИАДИСКУРСА

Торбик Е.М.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** В статье освещаются конститутивные признаки субжанра олимпийского медиадискурса «портретное интервью-очерк» в соответствии с моделью речевого жанра Т.В. Шмелевой. Рассматривают особенности данного субжанра, приобретенные благодаря слиянию двух традиционных жанров медиадискурса – очерка и интервью.

**Ключевые слова:** жанр, очерк, интервью, медиадискурс, олимпийский дискурс, портретное интервью-очерк

**Abstract.** The article highlights the distinctive features of the subgenre of the Olympic media discourse "portrait interview-sketch" in accordance with the model of the speech genre suggested T.V. Shmeleva. The features of this subgenre, acquired through the merger of two traditional genres of media discourse – a sketch and an interview, are considered.

**Keywords:** genre, sketch, interview, media discourse, Olympic discourse; portrait interview-sketch

В Олимпийский дискурс является подвидом спортивного дискурса и репрезентацией сознания нации [Белютин 2018: 84-89]. Относясь к гибриднему типу в связи со слиянием с медиадискурсом, олимпийский дискурс образует поле для появления и функционирования разновидностей традиционных жанров медиадискурса, таких как статья, интервью, заметка, репортаж. Отметим, что жанры спортивного и олимпийского дискурсов совпадают. Они отличаются лишь по сфере функционирования, (частично) целям и стратегиям. В отечественной лингвистике

были выявлены и исследованы следующие субжанры спортивного медиадискурса: «спортивная аналитическая статья», «спортивный репортаж», «репортаж-комментирование», «чат-интервью», «очерк-репортаж» [Виноградский, Куницына 2016; Гордеев 2015; Гуськова 2007; Попова 2017; Шарафутдинова 2010].

Настоящая статья, в свою очередь, тоже освещает один из субжанров, появившихся на стыке одного из видов институционального дискурса (для нас интересен спортивный дискурс) и медиадискурса, «портретное интервью-очерк».

Материал настоящего исследования – аутентичные тексты портретных интервью-очерков, опубликованные на официальном сайте олимпийской сборной США до открытия зимних Олимпийских игр в Южной Корее в феврале 2018 года [Team USA [www](http://www.teamusa.org)].

Данный субжанр, рассмотренный среди прочих жанровых разновидностей современного очерка в печатных и Интернет-изданиях Ю.А. Гордеевым, не изучался в рамках спортивного и/или олимпийского дискурсов [Гордеев 2015: 117–120].

Обратившись в своем исследовании к обзору классификаций традиционного жанра медиадискурса «очерк», Ю.А. Гордеев приходит к выводу, что определение объекта, лежащего в основе очерка, позволяет выделить следующие разновидности очерка:

- портретный, объектом которого является одна или несколько социально значимых личностей;
- проблемный, объектом которого является некое событие или феномен проблемного характера;
- познавательный, объект которого – явление (часто научное), рассмотрение которого способствует проявлению познавательного интереса у читателя [Гордеев 2015: 118].

Являясь художественно-публицистическим жанром, очерк открыт для проявления индивидуального стиля автора и раскрытия его творческого потенциала как в концептуальном, так и в лингвистическом плане. Однако ради соответствия требованиям современного читателя (краткость, информативность, фабульность, оперативность, смещение акцента на определенный контент (самореализация, доход, бизнес, политика, социальная действительность)) и тенденциям в функционировании журналистики (новые форматы представления информации) [Землянский 2020: 16–18] автор-журналист (часто в ущерб своему стилю) стремится создать релевантный контент, которым читатель захочет самостоятельно поделиться с окружающими (в современных условиях преимущественно в социальных сетях). В связи с этим выделяются ключевые критерии при подготовке к публикации. Среди прочих называется «человеческий голос», т.е. преломление информации через мнение журналиста, экспертного или приглашенного лица [Зотова 2016: 477–478], в связи с чем жанр «интервью» стал как никогда

актуальным. Но поскольку в фокусе нашего внимания не проблемный аспект, а личность человека, мы коснемся только одной разновидности жанра «интервью» - «портретное интервью».

Необходимо обратить внимание на то, что портретный очерк и портретное интервью изначально представляли собой 2 самостоятельных жанра публицистики, но ввиду того, что жанр «интервью» очень легко взаимодействует с другими жанрами, приобретая таким образом их особенности и сохраняя свою специфику, проявляющуюся в диалогизации письменного фрагмента, с полным правом можно говорить о формировании гибридных жанров. К таким субжанрам относят интервью-очерк и очерк-репортаж. Отметим, что взаимодействие жанров внутри медиадискурса объясняется вполне очевидной причиной: изменение способов и целей коммуникации между представителем СМИ и читателем. Подобные преобразования влияют и на всю систему подготовки публикации к печати, в связи с чем субжанр «портретное интервью-очерк» приобретает следующие черты, по мнению Ю.А. Гордеева:

1. экономичность – касательно как объема публикации, так и, как следствие, времени, затрачиваемого на написание текста;

2. технологичность, проявляющаяся в использовании современных методов сбора и обработки информации, а также в способах представления читателю портретного интервью-очерка как готового продукта [Гордеев 2015: 119].

Говоря об экономичности как черте рассматриваемого субжанра, уточним, что тенденцией в современном медиапространстве является предпочтение читателем коротких текстов, поэтому анализируемый фактический материал действительно представляет собой небольшие по объему тексты по сравнению, например, с традиционным очерком. Наличие такой черты как технологичность, в свою очередь, подчеркивает тот несомненный факт, что СМИ, начав пользоваться благами современных информационных технологий, приобрели огромные возможности. Во-первых, сбор информации для интервью-очерка значительно упростился благодаря ресурсам сети Интернет, возможности использования видео / телеконференций и электронной почты. Во-вторых, развитие социальных сетей оптимизировало процесс распространения информации и облегчило доступ к ней. Более того, что очень ценно, на наш взгляд, обратная связь с читателем тоже приобрела новые формы. Мы больше не можем приписывать диалогизации любого жанра медиадискурса, в частности субжанра «портретное интервью-очерк», отсроченность.

Рассмотрим и другие особенности изучаемого субжанра, приобретенные и преобразованные благодаря слиянию двух самостоятельных жанров – очерка и интервью. В структуре текста портретное интервью-очерк мы наблюдаем:

1. вступление или лид;
2. диалогические фрагменты;
3. комментарии автора [Гордеев 2015: 119].

По сравнению с интервью объем вступления увеличивается. Эта же тенденция распространяется и на комментарии автора-журналиста, а именно: автор представляет ту фоновую информацию, которую считает важной, и о чем следует, по его мнению, проинформировать читателя для лучшего понимания, например, описываемых событий. Но этим выражение авторского мнения часто ограничивается. В тексте портретного интервью-очерка мы наблюдаем единичные примеры выражения оценочности, но она преломляется через видение ситуации героем, и еще реже - журналистом.

Говоря о том, что особенностью портретного интервью-очерка являются диалогические фрагменты, под диалогическими фрагментами мы понимаем как беседу журналиста с героем интервью-очерка, так и с другими людьми, помогающими раскрыть обсуждаемую тему. Причем диалог представляется не в виде дословного фрагмента беседы, а как вкрапление части беседы в комментарий автора и наоборот.

Рассмотрев общие особенности субжанра олимпийского медиадискурса «портретное интервью-очерк», обратимся к его конститутивным признакам. Согласно модели речевого жанра Т.В. Шмелевой, главным признаком является коммуникативная цель, по которой мы относим изучаемый субжанр к информативному типу, поскольку перед автором-журналистом стоит первостепенная цель – проинформировать читателя о том, кто является героем интервью-очерка, каковы его достижения, какие трудности приходилось ему преодолевать на пути к заветной медали или участию в Олимпийских играх. Повествовательные предложения составляют основной массив интервью-очерка.

Вторым жанрообразующим фактором является образ автора. Авторское мнение, характерное для очерка в целом и ставшее трендом медиадискурса, имеет свои особенности выражения в субжанре «портретное интервью-очерк». Прежде всего, автор отбирает фоновую информацию, решая, что важно для реализации его замысла, а что нет. Кроме того, оценочная модальность суждений в рассматриваемом субжанре двусубъектна: единичны случаи оценки достижений спортсмена журналистом, чаще спортсмен, вербализуя стратегию самопрезентации, прибегает к оценочному суждению относительно своих навыков, психоэмоционального состояния, побед и неудач и т.д. [Торбик 2021: 86]. Уточним, что оценка всегда подкрепляется неким фактом, подтверждающим обоснованность оценки. Несмотря на то, что автор часто стеснен рамками, установленными новыми форматами представления информации, а также связанными со смещением акцента на личность героя, в комментариях у автора имеется возможность для проявления своего индивидуального стиля. Таким образом,

образ автора складывается из того, как он реализует свой стиль и вербализует своё мнение.

Третьим жанрообразующим фактором, согласно Т.В. Шмелевой, является образ адресата. Адресатом в субжанре «портретное интервью-очерк» является не индивидуальный читатель. Для текстов медиадискурса в целом характерен массовый адресат. Такие тексты соответствуют потребностям разных адресатов одновременно, каждый читатель может найти информацию, адресованную именно ему. Всех их объединяет интерес даже не к спорту как проявлению физической активности спортсмена, хотя и это может иметь место, а к олимпийскому спорту как отражению ценностей и силы той или иной нации. Образ адресата дополняют требования современного читателя, представленные выше, которые характеризуют не столько самого читателя, сколько веяния времени.

Следующие два жанрообразующих признака, образ прошлого и образ будущего, связаны друг с другом, поскольку рассматриваемый субжанр является промежуточным звеном между ними. До публикации текста портретного интервью-очерка журналист занимался поиском релевантной информации, проводил интервью. Стимулом к написанию и изданию этого текста могла послужить ситуация, встреча, прочитанная статья, услышанная новость. Всё это в совокупности формирует образ прошлого. Что касается образа будущего, донеся определенную информацию до читателя, журналист оказывает воздействие на него, например, оказывает влияние на настроения аудитории, таким образом, побуждая его к дальнейшим действиям: к обсуждению, к просмотру соревнований, к поиску дополнительной информации, к занятию спортом. Развитие событий, в том числе речевых, может получить воплощение в различных жанрах других видов дискурса.

Диктумное содержание текста субжанра «портретное интервью-очерк» в рамках олимпийского медиадискурса как очередной жанрообразующий признак – личность спортсмена, его достижения, трудности на пути к победе.

Наконец, языкового воплощения речевого жанра в рамках замысла автора как последнего жанрообразующего признака мы уже частично касались в настоящей статье.

Итак, олимпийский дискурс, благодаря слиянию с медиадискурсом, способствует образованию гибридных жанровых форм. Так возник субжанр «портретное интервью-очерк», впитавший в себя особенности традиционных жанров «интервью» и «очерк» и преобразовавший их. Приобретенные черты, такие как лаконичность, фабульность, технологичность, соответствуют требованиям современного читателя и тенденциями в журналистике.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Гордеев Ю. А. Жанровые разновидности современного очерка в печатных и Интернет-изданиях / Ю. А. Гордеев // Вестник ВГУ: Филология. Журналистика. – 2015. – № 4. – С. 117–120.
2. Белютин Р. В. Немецкий спортивный дискурс как объект лингвометафорологических исследований / Р. В. Белютин // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2018. – № 1 (78). – С. 84–89.
3. Землянский А. В. Журналистика в 2020–2021 годах: тенденции развития и прогнозы / А. В. Землянский // Наука и школа. – 2020. – № 3. – С. 11–21.
4. Зотова Д. В. Современные тенденции в сфере журналистики и их значение для системы связей с общественностью / Д. В. Зотова // Вопросы теории и практики журналистики. – 2016. – Т. 5, № 3. – С. 476–485.
5. Торбик Е. М. Стратегия самопрезентации в рамках субжанра англоязычного олимпийского дискурса «портретное интервью-очерк» / Е. М. Торбик // Гуманитарные исследования. – 2021. – № 1 (77). – С. 85–88.
6. Шмелева Т. В. Модель речевого жанра / Т. В. Шмелева // Жанры речи. – Саратов, 1997. – С. 88–98.
7. Team USA. – Available at: <https://www.teamusa.org/My-Focus-presented-by-milk-life> (accessed: 15.09.2021).

## ЯЗЫКОВОЕ ВОПЛОЩЕНИЕ УЛЬТИМАТУМА В ДИПЛОМАТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Поршнева Н.В.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** Данная статья содержит анализ ультимативных высказываний в дипломатическом дискурсе, отражая их лексические, грамматические и стилистические особенности. Также рассмотрены основные задачи ультиматума в данном виде дискурса в целом с учетом лексических и жанровых особенностей. Примеры ультимативных высказываний из выступлений политических лидеров демонстрируют уникальность дипломатического дискурса и особенности воздействия на слушателя.

**Ключевые слова:** дипломатический дискурс, ультиматум, лексико-семантические характеристики дискурса, семантическое поле

**Abstract.** This article contains an analysis of ultimatum statements in diplomatic discourse, reflecting their lexical, grammatical and stylistic features. The main goals of the ultimatum in this form of discourse taking into account lexical and genre features are also mentioned. Examples



*of ultimatum statements from the political leaders' speeches demonstrate the uniqueness of diplomatic discourse and the peculiarities of influence on the listener.*

**Keywords:** *diplomatic discourse, ultimatum, lexico-semantic characteristics of discourse, semantic field*

На сегодняшний день речевой жанр «ультиматум» является одним из наименее изученных видов жанра в лингвистике, однако интерес к нему возрастает из-за многогранности средств и целей использования в речи. Ультимативные высказывания в дипломатическом дискурсе, в свою очередь, являются неотъемлемой частью речевой стратегии дипломатии, при помощи которой выдвигаются определенные требования к оппонентам. Исследование языковых средств и семантики современных дипломатических высказываний, а также изучение прагматических особенностей с точки зрения лингвистического понимания дипломатического выступления позволяет с разных сторон рассмотреть международное взаимодействие и осознать, что залог успеха дипломатической коммуникации заключается в коммуникативной компетентности и рациональном выборе языковых средств.

С культурно-исторической точки зрения дискурсом является «фрагмент лингвокультурной реальности конкретного языкового сообщества, опирающийся на сложную систему традиций, обычаев, обрядов, неписаных правил, задающий параметры порождения и интерпретации любого социально значимого поведения человека, в том числе – и его речевых произведений» [Радченко 2009: 61]. По мнению Е.С. Кубряковой, значимую роль в становлении понятия «дискурс» сыграли труды Ноама Хомского и его последователей, где прослеживалось явное противопоставление между знанием языка (competence) и его использованием (performance). Между знанием и владением языком всегда присутствует условная граница, что способствует формированию двух видов знания – декларативное и процедурное. В конечном счете, для носителя языка принципиально важным является competence to perform, то есть знание языка и применение определенных языковых средств с целью достижения коммуникативной задачи [Кубрякова 2000: 9]. Эту же мысль подтверждает и Э. Бенвенист, который характеризует дискурс как «функционирование языка в живом общении» [Бенвенист 1974: 23]. В работах А.А. Леонтьева прослеживается идея о том, что главная цель общения заключается во взаимодействии [Леонтьев 2001: 23], что согласуется с определением Э. Бенвениста: «дискурс в самом широком смысле, как всякое высказывание, предполагающее говорящего и слушающего и намерение первого определённым образом воздействовать на второго» [Бенвенист 1974: 37].

Любое высказывание и любой вид дискурса предусматривает наличие психологического воздействия на адресата вне зависимости от той сферы коммуникативной практики, в котором данное высказывание

употребляется. Даже весьма нейтральное высказывание способно оказывать воздействие на поведение и восприятие адресата. В связи с этим возникает необходимость рассмотреть функции языка с точки зрения взаимодействия участников общения. Так, например, К. Бюлер и Р.Якобсон выделяют экспрессивную, аппеллятивную и репрезентативную функции [Бюлер 1993: 23], но в свою очередь, Р. Якобсон добавляет коннотативную функцию, которая отражает идею реализации интенции отправителя сообщения, донесение информации до адресата. Е.И. Шейгал предлагает использовать термин «регулятивная функция», так как она наиболее полным образом отражает роль языка в воздействии на адресата и регуляции его поведения [Шейгал 2000: 28]. В каждом виде дискурса присутствует каждая из вышеупомянутых функций, однако, в дипломатическом дискурсе именно регулятивная функция является доминирующей.

Лексико-семантическая структура речевых высказываний в дипломатическом дискурсе обладает рядом особенностей, которые требуют детального изучения для более подробного понимания этого вида дискурса. Семантическое поле является универсальной комплексной единицей, которая позволяет анализировать язык с точки зрения системно-функционального принципа. Поскольку основная функция слова заключается в описании и обозначении фрагментов окружающей реальности, то применение семантического поля при изучении словарного состава в рамках того или иного жанра может помочь определить объективное отражение реальности и подтвердить факт системной организации лексики в ее частных категориях.

Языку свойственно наличие лексических множеств, внутри которых определяются закономерности, доказывающие системность и структурность языка. Впервые язык как система был изучен Фердинандом де Соссюром, кроме того, системно-структурный подход к изучению языка был применен такими учеными как В. Порциг, Ш. Балли, И.А. Стернин, Й. Трир и пр.

Теория Ф. де Соссюра послужила основой для концепции лингвистических полей Й. Трира, согласно которой язык представляет собой синхронную систему сетей, объединенных особыми ценностями и противоположностями. Семантические группы слов способны целиком покрыть всю определенную сферу языка, которая была названа лингвистическим или концептуальным полем. Таким образом, формирование лексико-семантического поля сосредоточено вокруг концепта, а соответствующее слово-концепт, являющееся номинирующим ядром, называется именем поля [Saussure 1978: 78]. Семантическое поле обладает иерархической структурой и определенными ассоциативными связями. При этом ядро семантического поля содержит наиболее приближенную к понятийному признаку лексику, которая наиболее точно может охарактеризовать имя поля. Периферия, же, в свою очередь, может быть охарактеризована наличием менее используемой

с ключевым словом лексики, однако это свидетельствует о многогранности и вариативности использования лексических единиц в рамках семантического поля. Все единицы поля обобщены интегральным семантическим признаком [Trier 1931: 57]. Любое семантическое поле обладает определенными парадигматическими отношениями, которые, согласно О.С. Ахмановой, охватывают отношения между каждой из систем нашей памяти и связаны с оппозиционными отношениями [Ахманова 1969: 203]. Среди парадигматических отношений выделяют ассоциативные отношения, иерархические отношения и отношения оппозиции.

Ультимативные высказывания в дипломатическом дискурсе направлены на формирование определенных условий, невыполнение которых может повлечь определенные действия. Согласно определению, под ультиматумом подразумевается «требование, связанное с ограничением времени, данного на его исполнение, а также с угрозой серьёзных последствий в случае его неисполнения» [Прохоров 2000: 376]. Как правило, ультиматум является демонстрацией нежелания вести какие-либо переговоры и отличается лаконичностью и информативностью, требования формулируются кратко и содержательно.

Политические деятели и дипломаты довольно тщательно относятся к выбору лексических единиц во время своих выступлений. Так, изучая речи Дональда Трампа, можно заметить частое использование местоимений «we», «our», а также глагола «let», что позволяет создать атмосферу причастности каждого гражданина США к происходящему в мире. «But let our enemies be on notice: If our people are threatened, we will never, ever hesitate to act. And when we fight, from now on, we will fight only to win. As MacArthur said: "In war, there is no substitute for victory» [Trump 2020]. Кроме того, стоит отметить в данном примере использование выражения «never ever», что позволяет сделать акцент на незамедлительности действий со стороны правительства США. Данный вид ультиматума является имплицитно выраженным, поскольку его актуальный адресат (выпускники военной академии, где Дональд Трамп выступал с торжественной речью) и подразумеваемый адресат («enemies») различаются. Имплицитность ультиматума, обусловленная его двойственной адресатностью, на наш взгляд, снижает эффективность данного вида высказывания. Это объясняется некоторыми положениями теории дискурсивной перформативности, рассматривающей речевые действия как языковое осуществление поступка [Горбачева 2016: 5]. Во-первых, речь американского президента – «commencement address» – это часть официальной процедуры (ритуала) чествования выпускников учебного заведения, а значит, выражаемый в ней ультиматум используется как риторическая фигура, усиливающая воздействие на непосредственного (актуального) адресата. Во-вторых, несоответствие актуального адресата подразумеваемому позволяет говорящему завуалировать свои истинные коммуникативные

намерения, а это также ведет к снижению качества высказывания как коммуникативного поступка, поскольку освобождает его автора от ответственности за свои слова и их последствия [Горбачева 2019: 168-169].

При описании военной политики США Трамп часто подкрепляет каждый из приведенных ультиматумов аргументами, используя военную терминологию. Так, вышеприведенное ультимативное высказывание он подкрепил курсом правительства на укрепление военной мощи страны: «We are building new ships, bombers, jetfighters, and helicopters by the hundreds; new tanks, military satellites, rockets, and missiles...» [Trump 2020].

В ультимативных высказываниях широко используются условные типы предложений: «They (American troops) should go. If the US troops stay past May 1, it will be a kind of violation of the agreement. That violation would not be from our side. ... Their violation will have a reaction» [Prakash Katoch 2021]. В данном примере несколько раз повторяется слово с отрицательным коннотативным значением «violation», что позволяет подчеркнуть отношение движения «Талибан» к нежеланию выводить войска с территории Афганистана.

Условное предложение первого типа можно отметить и в следующем ультимативном высказывании: «If a city or a state refuses to take the actions that are necessary to defend the life and property of their residents, then I will deploy the United States military and quickly solve the problem for them» [Trump 2020]. Здесь также присутствует военная терминология: «defend», «take the actions», «deploy», «military».

В еще одном высказывании по теме афганского конфликта, принадлежащему Сухайлу Шахину, афганскому политику, также можно проследить некоторые особенности: «President Biden announced that they will withdraw all their troops by **31 August**. If they extend this term it means they are extending **employment**: it's a red line and if they do, there will be consequences» [Time News 2021]. В данном высказывании присутствует лексика официального стиля: «withdraw», «announced», «extend this term», «**employment**». Кроме того, присутствует метафора «a red line», которая усиливает эффект высказывания.

**В ответ на афганский ультиматум президент Джо Байден подчеркнул:** «If they attack our personnel or disrupt our operation, the U.S. presence will be swift and the response will be swift and forceful. We will defend our people with devastating force if necessary» [Biden 2021]. Данное высказывание содержит ряд прилагательных, наиболее точно описывающих действия правительства США в случае нарушения ультиматума: «swift», «forceful», «devastating». Они свидетельствуют о том, что действия США будут незамедлительными и разрушительными.

Проанализировав структурно-семантические характеристики ультимативных высказываний в дипломатическом дискурсе, можно прийти к выводу о том, что эффективность ультиматума достигается при помощи различных языковых методов взаимодействия на слушателя.

Эффект убедительности достигается при помощи тщательного отбора лексических единиц, средств художественной выразительности, определенной структуры предложений. Имплицитно и эксплицитно выраженный ультиматум отражает необходимость осуществления жестких требований, игнорирование которых может привести к серьезным последствиям. Анализ ультимативных высказываний дипломатического дискурса может помочь выявить истинные намерения говорящего и спрогнозировать дальнейшее развитие дипломатических отношений.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Бенвенист Э. Общая лингвистика : учеб. пос. / Э. Бенвенист. – М. : Прогресс, 1974. – 448 с.
2. Бюлер К. Теория языка. Репрезентативная функция языка / К. Бюлер. – М. : Прогресс, 1993. – 235 с.
3. Горбачева Е. Н. Дискурсивная перформативность: признаки, типы жанры : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Е. Н. Горбачева. – Тамбов, 2016. – 40 с.
4. Горбачева Е. Н. Цифровая дипломатия vs традиционная дипломатия с позиций дискурсивной перформативности (на материале англо- и русскоязычных дипломатических заявлений) / Е. Н. Горбачева // Известия ВГПУ. – 2019. – № 5 (138). – С. 164–169.
5. Кубрякова Е. С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике: обзор / Е. С. Кубрякова // Дискурс, речь, речевая деятельность. Функциональные и структурные аспекты: сб. обзоров. – М. : ИНИОН РАН, 2000. – С. 7–25.
6. Леонтьев А. А. Деятельный ум (Деятельность, знак, личность) / А. А. Леонтьев. – М. : Смысл, 2001. – 392 с.
7. Основы компонентного анализа / О. С. Ахманова, И. А. Мельчук, М. М. Глушко и др.; [под ред. Э. М. Медниковой]. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1969. – 178 с.
8. Радченко О. А. Исследование агрессивного дискурса: проблемы и перспективы / О. А. Радченко // Вестник МГПУ. Сер. «Филология. Теория языка. Языковое образование». – 2009. – № 1 (3). – С. 61–65.
9. Ультиматум // Большая советская энциклопедия: в 30 т. / гл. ред. А. М. Прохоров. – 3-е изд. – М.: Советская энциклопедия, 1969–1978.
10. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : монография / Е. И. Шейгал. – Волгоград : Перемена, 2000. – 367 с.
11. Saussure, F. Cours de linguistique générale / F. de Saussure. – P., 1978. – 224 p.
12. Trier J. Der deutsche Wortschatz im Sinnbezirk des Verstandes / J. Trier. – Heidelberg, 1931. – 271 p.
13. Donald Trump, June 13, 2020: Address at West Point Graduation. – Available at: <https://millercenter.org/the-presidency/presidential-speeches/june-13-2020-address-west-point-graduation/> (date of access: 19.08.2021).

14. Donald Trump, June 1, 2020: Statement on Protests Against Police Brutality. – URL: <https://millercenter.org/the-presidency/presidential-speeches/june-1-2020-statement-protests-against-police-brutality> (date of access: 20.08.2021).

15. The Taliban Ultimatum By Lt Gen Prakash Katoch, 24 March, 2021. – Available at: <http://www.indiandefencereview.com/news/the-taliban-ultimatum/> (date of access: 19.08.2021).

16. Time News. Taliban, ultimatum to the US: if they stay after August 31, we will react August 23, 2021. – Available at: <https://time.news/taliban-ultimatum-to-the-us-if-they-stay-after-august-31-we-will-react/> (date of access: 31.08.2021).

17. Remarks by President Biden on Afghanistan August 16, 2021. – Available at: <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/speeches-remarks/2021/08/16/remarks-by-president-biden-on-afghanistan/> (date of access: 20.08.2021).

## **АКТУАЛИЗАЦИЯ СЕМАНТИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК СУБСТАНДАРТНЫХ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ «МЕДИЦИНА» В МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ**

**Гроховская И.А.  
Астрахань, Россия**

**Аннотация.** В статье рассматривается функционирование субстандартных лексических единиц медицинской направленности в границах англоязычных и русскоязычных медицинских форумов и страницах социальных сетей. Определяются дополнительные семантические характеристики, которые не всегда совпадают с выявленными на дефиниционном уровне.

**Ключевые слова:** субстандартная лексика, субстандартная лексическая единица, семантическое поле «Медицина», семантические характеристики, дефиниционный анализ

**Abstract.** The article discusses the functioning of substandard lexical units of medical orientation within the English-language and Russian-language medical forums and social media pages. Additional semantic characteristics, which do not always coincide with those detected at the definition level, are defined.

**Keywords:** substandard lexicon, substandard lexical unit, semantic field «Medicine», semantic characteristics, definition analysis

В современном медийном дискурсе отмечается широкое употребление субстандартных лексических единиц (далее – СЛЕ). Это связано с тем, что для привлечения внимания к актуальным проблемам современного общества медийные деятели все чаще прибегают к использованию

субстандартной лексики. В ходе исследования СЛЕ медицинской направленности нами было отмечено использование в ряде медийных текстов лексических единиц субстандартного поля «Медицина», что обуславливается популяризацией медицинской тематики.

Семантическое поле «Медицина» представляет собой совокупность слов и выражений, образующих тематический ряд и покрывающих область значений медицинской сферы. Необходимо уточнить, что семантическое поле «Медицина» является довольно обширным понятием и распространяется как на стандартный, так и на субстандартный языковые уровни. В рамках настоящего исследования под семантическим полем «Медицина» понимаются субстандартные номинации стандартных медицинских терминосистем. Исследуемое семантическое поле является лишь частью семантического поля «Медицина», представленного на уровне стандарта.

Для определения актуальности использования отобранных СЛЕ в дискурсе, а, следовательно, их отражения в сознании носителей языка, был проведен анализ англоязычных (<https://patient.info/>, <https://medlineplus.gov/>, <https://medical-helper.com/>) и русскоязычных (<https://forums.rusmedserv.com/>, <https://meduniver.com/>, <https://medforum.guru/>, <https://www.baby.ru/blogs>, <https://vk.com/zloymedik>) медицинских форумов, а также комментариев к тематическим публикациям на страницах социальных сетей Facebook и VK.

Методом сплошной выборки, путем лексикологического анализа словарных статей из двадцати трех наиболее разработанных субстандартных лексикографических источников английского и русского языков («Dictionary of American Slang» by Richard A. Spears [Spears 1991], «Slang to-day and yesterday» by Eric Partridge [Partridge 1954], «The Slang Dictionary» by John Camden Hotten [Hotten 1860], «Medical Slang and Jargon» by John H. Dirckx [Dirckx 2015], «Dictionary of Contemporary Slang» by Tony Thorne [Thorne 2007], Словарь русского сленга И.Ф. и Ф.С. Югановых [Юганов 1997], Большой словарь русского жаргона В.М. Мокиенко, Т.Г. Никитиной [Мокиенко 2000] и др.) было отобрано 2596 лексических единиц в английском языке и 518 лексических единиц в русском языке. В результате проведенного анализа было обнаружено, что только 97 исследуемых англоязычных лексических единиц представлено на дискурсивном уровне.

В качестве примера приведем анализ ряда наиболее часто встречающихся СЛЕ *basket*, *bighead*, *gully*, *blue-devils*, *psych*, *couch-doctor*, *flappers*.

Lynette Tillman: «I know it is necessary to remove ear wax. I do not mind seeing that removal. The thing that turns my *basket* is when a bug is pulled out of the ear...» (стилистика автора сохранена). В приведенном контексте лексическая единица *basket* представлена в значении, выявленном на уровне дефиниционного анализа, а именно – *желудок*.

Devin1222: «...I've been dealing with a tight *gully* and *bighead* for a few months now and it freaks me out every second of every day...» (стилистика автора сохранена). В рассматриваемом примере актуализируются лексемы *gully* и *bighead*, в значениях, зафиксированных на уровне лексикографических источниках, а именно – *горло* и *головная боль* соответственно.

Will54787: «...Just starting today ive been getting really blurred *flappers* vision...» (стилистика автора сохранена). Из данного контекста следует, что лексема *flappers* имеет отличное от словарного значение, а именно: в субстандартных лексикографических источниках данная лексема представлена со значением *уши*, а в рассматриваемом контексте зафиксировано значение *глаза*.

Moses Arhin: «It also might be helpful to get in contact with a *couch-doctor* who could talk you through what you are feeling...» (стилистика автора сохранена). В приведенном примере актуализируется применение в речи лексической единицы *couch-doctor* в значении, зафиксированном на уровне субстандартных лексикографических источников, а именно – *психиатр*.

Nicole0003: «i hate this feeling of *blue devils*... i always panic and seem to think the worst... idk if i should go to *psych* or if this is normal...» (стилистика автора сохранена). В данном контексте зафиксирован факт употребления в речи лексем *blue-devils* и *psych* в значении, представленном в субстандартных лексикографических источниках, а именно – *депрессия* и *психиатр*.

Asika53011: «... after 2 days symptoms disappeared leaving me with *trots* and itching all over my *bod*...» (стилистика автора сохранена). В представленном примере выявлено употребление лексем *trots* и *bod* в значении, выявленном на уровне субстандартных лексикографических источников – *диарея* и *тело* соответственно.

Таким образом, следует отметить, что на уровне англоязычного медицинского дискурса актуализирован ряд семантических характеристик, зафиксированных при проведении дефиниционного анализа. Также было отмечено появление дополнительных нюансов значения на уровне дискурса, отсутствующих на уровне лексикографических источников. Таким образом, ряд СЛЕ употребляется в речи в значении, отличном от словарного.

В процессе дефиниционного анализа относительно ряда СЛЕ требовалось уточнение выявленных дополнительных оттенков значения на дискурсивном уровне в случае обнаружения исследуемых единиц. В данном ключе отметим следующий пример. Valeri Honafius: «...that's gotta be lip injections gone bad, I thinking they need to keep their *kissers* off long strange fruit and nuts...» (стилистика автора сохранена). В приведенном контексте лексема *kisser* представлена со значением *рот*, в то время как на уровне субстандартных лексикографических источников зафиксировано значение *лицо*. Отметим, что при проведении



дефиниционного анализа лексической единицы *kisser* было выявлено, что в некоторых сленговых системах значение исследуемой лексики сужается до обозначения части лица, а именно – *pma*. Таким образом, данный факт подтверждается на дискурсивном уровне.

В русском языке количество обнаруженных СЛЕ составило 166 единиц. В качестве примера приведем анализ ряда наиболее часто встречающихся лексем, а именно *алкаш*, *мотор*, *пластика*, *грабли*, *буханка*, *овощ*.

889900: «...и только мужчина на шестой - честный *алкаш*. Печень пропита, поджелудочная еле держится, *мотор* тоже так себе. Ну а мозг ему и не положен, кем бы он там не работал...». В приведенном контексте зафиксировано употребление лексем *алкаш* и *мотор* в значении, сходным с уровнем субстандартных лексикографических источников.

Sovenok101: «...про *пластику* всего и вся, липосакцию, разлившиеся импланты, я вообще молчу. Полное ощущение, что осложняется всё и всегда. Профдеформация, что тут поделаться» (стилистика автора сохранена). В данном примере отметим лексическую единицу *пластика*, значение которой соответствует зафиксированному в субстандартных словарных изданиях.

Оксана Ростовцева: «...а той, что машет *граблями* и орет занять ее место, с такой работой до пенсии точно не доживешь» (стилистика автора сохранена). Приведенный пример актуализирует употребление в речи лексики *грабли* в значении, выявленном на уровне субстандартных лексикографических изданий, а именно – *руки*.

Олег Щекин: «...а затем, чтобы если завтра ваш ребенок останется *овощем* на всю жизнь, или и того хуже, меня не посадили» (стилистика автора сохранена). Отметим актуализацию лексики *овощ* в значении, выявленном при анализе субстандартных лексикографических источников, а именно – *парализованный больной*.

В процессе анализа русскоязычного медицинского дискурса было обнаружено, что некоторые лексические единицы употребляются в речи в значении, отличном от словарного. Так, например: «...у нас как-то в 40-градусный мороз привезли умалишенного деда-*подснежника*, ноги с IV степенью обморожения, пришлось отрезать...» (стилистика автора сохранена). Из данного контекста следует, что СЛЕ *подснежник* имеет отличное от словарного значение: в субстандартных лексикографических источниках лексема представлена с интерпретацией *человек с психическим расстройством*, в то время как в рассматриваемом контексте зафиксировано значение *пациент с обморожением*.

Представим следующий показательный пример: «...к счастью, государство заботится о таких, как Вася и предоставляет безработному алкашу Василию доставку со всеми почестями в стационар, а если вздумает дубу дать, так его еще и *буханкой* стимульнут. ....У нас *буханка* – это разряд, от слова бух...». В приведенном контексте

лексическая единица *буханка* зафиксирована в значении *дефибрилятор*, при этом в субстандартных лексикографических источниках данная лексема интерпретируется как *автомобиль скорой помощи*. Отметим, что рассматриваемая СЛЕ встречается на уровне дискурса и со значением, представленным в специализированных словарях. В качестве примера приведем следующее: «...но тут выходит санитарка с кардиологии, видит этот цирк и с наездами на бабу, что она не в ту машину села. И правда, у нас не *буханка* серая, а газель лимонная с надписью «Реанимация»».

Подобных случаев было зафиксировано 2 % в английском языке и 6% в русском языке соответственно. Данный факт свидетельствует о высокой степени подвижности субстандартного лексического фонда, его актуальности для носителей исследуемых языков.

По результатам проведенного исследования был сделан вывод, что лексические единицы стандартного языкового уровня семантического поля «Медицина» переходят в состав субстандартного лексического фонда, приобретая дополнительные оттенки значения. Фиксация тех или иных языковых единиц на субстандартном уровне зависит от определенных лингвокультурных особенностей и предшествующего опыта, экстралингвистических факторов, составляющих языкомыслительную картину мира носителей английского и русского языков.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Ельцова Л. Ф. Медицинский сленг как компонент языка медицины. – Режим доступа: [www.gramota.net/materials/2/2017/11-2/18.html](http://www.gramota.net/materials/2/2017/11-2/18.html) (дата обращения 02.09.2021).
2. Мокиенко В. М. Большой словарь русского жаргона / В. М. Мокиенко, Т. Г. Никитина. – Санкт-Петербург : Норинт, 2000.
3. Юганов И. Ф. Словарь русского сленга: сленговые слова 60-х — 90-х годов / И. Ф. Юганов, Ф. С. Юганова. – М., 1997.
4. Dirckx John H. Translation, please! Medical Slang and Jargon / John H. Dirckx // e-Perspectives. – Available at URL: <http://www.hpisum.com/08.dirckx49.pdf> (accessed: 06.09.2021).
5. Hotten, John Camden. A Dictionary of Slang, Cant and Vulgar Words / John Camden Hotten. – Available at URL: <https://www.twirpx.com/file/2210833/> (accessed: 05.09.2021).
6. Partridge E. Slang To-Day and Yesterday / Eric Partridge. – Available at URL: <https://archive.org/details/internet.dli.2015.58766> (accessed: 11.09. 2021).
7. Spears R. A. Dictionary of American Slang / Richard A. Spears. – М.: Русский язык, 1991, – 528 с.
8. Thorne Tony. Dictionary of Contemporary Slang / Tony Thorne. – London: A&C Black, 2007. – 513 p.

## АНГЛИЙСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ ДИСКУРС: НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОЙ ГУМАНИТАРНОЙ НАУЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ)

Бочарникова Е.А.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** В статье рассматриваются некоторые особенности построения английского гуманитарного дискурса как разновидности научного дискурса. Английский гуманитарный текст предстает результатом вербализации данного дискурса. Рассматриваются такие свойственные английскому гуманитарному дискурсу свойства, как: познавательная позиция автора, оценочность, диалогичность, ограниченность и взаимодействие с адресатом. Проанализированы несколько фрагментов из англоязычных гуманитарных научных текстов, в которых продемонстрированы вышеуказанные характеристики и описана их когнитивная функция.

**Ключевые слова:** научный текст, гуманитарный дискурс, когнитивный процесс, взаимодействие, диалогичность

**Abstract.** The article discusses some features of creating an English humanitarian discourse as a variety of scientific discourse. English humanitarian text appears the result of this discourse verbalization. Among the properties peculiar to the English humanitarian discourse appear to be the following: the author's navigation position, evaluation, dialogue, limitations and interaction with the addressee. Several fragments from English humanitarian scientific texts are analyzed, in which the above characteristics are demonstrated and their cognitive function is described.

**Keywords:** scientific text, humanitarian discourse, cognitive process, interaction, dialogue

В Большом Энциклопедическом Словаре Н.Д. Арутюнова дает следующее определение дискурса: «Дискурс (от франц. discours – речь) – связный текст в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, текст, взятый в понятийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах) [Арутюнова 1990: 136–137].

Согласно представлению М.А. Розова, дискурсы являются системами правил и образцов: все наши действия, в том числе когнитивные, воспроизводятся определенным образом. [Розов 2008: 9]. В связи с этим, каждый дискурс конституируется в соответствии с присущими ему свойствами, принципами и способами организации информации.

Гуманитарный дискурс является разновидностью научного дискурса и рассматривается как объединяющий науки гуманитарного

содержания (филология, история, культурология, философия экономика, политология, социология, юриспруденция и др). Данный дискурс имеет свои особенности как в предмете, методе и функциях, так и в принципах посторонняя. Предметом гуманитарных наук является общество в целом и законы развития его подсистем (экономической, социальной, политической и т. п.), формы общественных отношений, социальные единицы, явления и закономерности их организации. Знание и понимание этих явлений необходимо для управления социальным развитием, для его прогнозирования, для разработки стратегических планов и целей общественного развития. Предметом гуманитарных наук является человек и все, что касается его жизни. Поэтому целью гуманитарного дискурса является стремление раскрыть пути и способы формирования человека как личности, описание и распознавание его системы мышления, ценностных ориентаций, системы мировоззрения, ценностей и смысла человеческого существования в целом.

Таким образом, науки гуманитарного дискурса призваны дать описание частным особенностям изучаемым социальным событиям; распознать существующий в них смысл и дать оценку, проинтерпретировав согласно определенной, принятой ученым-гуманитарием системы ценностей. Ценностная интерпретация смысла различных социальных и исторических событий и составляет сущность того, что называется пониманием, главным методом всех гуманитарных наук. Высказывание С.А. Лебедева хорошо раскрывает суть когнитивного процесса в гуманитарном познании: «Понимание как основная процедура социально-гуманитарного познания имеет своим основанием не логически общезначимые процедуры, а герменевтическое искусство или мастерство ученого-гуманитария, его способность с помощью своей интуиции и культурной эрудиции проникнуть в смысл, социальную и гуманитарную сущность познаваемых явлений. Здесь огромное значение приобретает использование ученым-гуманитарием потенциала риторики и убеждения в утверждении социально-гуманитарной истины» [Лебедева 2007: 6].

В.Е. Чернявской [Чернявская 2005] выведены главные признаки гуманитарного дискурса, которые формируют его особое научное знание. В качестве таких характеристик автором выявлены: 1) активная когнитивная (познавательная) роль субъекта в процессе познания, в создании гуманитарного знания, в выборе способов и методов исследовательской деятельности, в оценке ее результатов этой деятельности. Создатель научного гуманитарного дискурса (и его письменной реализации – научного гуманитарного текста) имеет особое дело – рассматривать и изучать содержание человеческого сознания, область смыслов и значений, которые нуждаются в применении специальных методологических приемов, не значащихся среди методов и приемов естественных наук.

Также важно отметить, что исследование объекта в случае формирования фрагмента гуманитарного знания осуществляется всегда с определенных ценностных позиций, установок, интересов, являющимися главными в действиях субъекта и обуславливающими его поведение и состояние. Познающий субъект (участник гуманитарного дискурса – автор гуманитарного текста) оказывает влияние на изучаемый объект, может включаться в него, менять смыслы, давать оценки, изменять представление о нем и создавать новые значения. При этом объект изучения претерпевает различные манипуляции с ним: выдвигается как проблема, объясняется с точки зрения личности и ценностных представлений самого исследователя.

Субъект в гуманитарном дискурсе не является абстракцией, наоборот, он вовлечен в среду, условия, обстоятельства, систему. В гуманитарном познании объект не только познается, но и, непременно, оценивается. Включение оценки означает, что объект как таковой «сам по себе» не интересует субъекта; он интересует его только в том случае, если соответствует цели и отвечает духовным или материальным потребностям субъекта. Ценность определяется при соотнесении объекта познания с некоторыми образцами, идеалами и установлении степени соответствия этому образцу или идеалу. Эти образцы формируются в той или иной культуре, передаются в качестве традиции и формируются субъектом в ходе его познавательных операций.

Следует также заметить, что, в отличие от естественных наук, которые стремятся исключить ценностное отношение к объекту исследования, гуманитарное знание нуждается в факте оценивания, и, как пишет М.П. Завьялова, в выборе его целей и идеалов «ярко выражены неопределенность, волевые моменты, избирательная активность субъекта, его приоритеты, которые могут включать и интуитивные, иррациональные и прочие моменты» [Завьялова 2007: 117].

Итог гуманитарного познания всегда индивидуален, вероятно, в силу того, что «объект гуманитарного исследования всегда открыт для множества подходов и воспроизведений, результаты которых не укладываются в линейную схему простой кумуляции знаний» [там же: 62]. Открытость гуманитарного типа текста допускает многозначность его истолкований, т.е. читатель с его ценностно-мировоззренческими установками, убеждениями воспринимается как реальный соавтор.

Исследователями отмечается также такая черта гуманитарного знания, как диалогичность. Эта характеристика гуманитарного знания непосредственно связана с проблемой когниции и понимания объекта познания. Структура познавательного отношения в гуманитарных науках гораздо сложнее, чем в естествознании: здесь объект не только познается, но и оценивается, не только подлежит объяснению, но в большей степени его предстоит понять, т. е. раскрыть его смысловые глубины.

М.М. Бахтин, вероятно, наилучшим образом раскрыл сущность диалогичности гуманитарного знания: «Точные науки – это монологическая форма знания: интеллект созерцает вещь и высказывается о ней. Здесь только один субъект – познающий (созерцающий) и говорящий (высказывающийся). Ему противостоит только безгласная вещь. Любой объект знания (в том числе человек) может быть воспринят и познан как вещь. Но субъект как таковой не может восприниматься и изучаться как вещь, ибо как субъект он не может, оставаясь субъектом, стать безгласным, следовательно, познание его может быть только диалогическим» [Бахтин 1979: 363–364].

Следует, по-видимому, сделать вывод, что гуманитарное знание – это сложное, многокомпонентное образование, главной чертой которого является диалогичность. Данная черта гуманитарного знания реализуется при помощи текстовой категории адресованности, которую, вслед за Н.Л. Романовой, понимается как «текстовая категория коммуникативно-прагматического плана, посредством которой в тексте опредмечивается авторское представление о предполагаемом адресате и особенностях его интерпретативной деятельности» [Романова 1997: 5].

Рассмотрим проявление описанных характеристик гуманитарного дискурса на примере анализа фрагментов англоязычной гуманитарной научной литературы в области философии, социологии, психологии, культуроведению, искусствоведению, юриспруденции, истории и др.

Как показал анализ литературы, диалогичность в научном гуманитарном дискурсе (и тексте, соответственно) проявляется в стремлении привлечь читателя к участию в размышлениях автора. Она реализуется в научных гуманитарных текстах с помощью обращения к потенциальному читателю как соучастнику дискурса. Среди самых распространенных средств развертывания данных приемов служат выражения, содержащие вопросы и косвенные обращения к читателю.

Рассмотрим пример фрагмента научного гуманитарного текста, взятого из книги по психологии «The Self illusion», в котором реализуется тактика обращения к гипотетическому читателю как соучастнику дискурса: *Wilde Penfield, the famous Canadian neurosurgeon who reported how he could induce dreamlike flashbacks in his conscious patients when he directly stimulated their cortex during operations, most dramatically demonstrated this.... He even operated on his own sister and showed that direct stimulation of the cortex triggered motor actions, sensations and thoughts. It's these patterns of connectivity that encode all the information we process, memories we store and plans that we intend execute. Love, hate, the capital of France, the winners of the last World Cup soccer tournament, how to pitch a tent, how to divide by ten, the plot of your next novel, the taste of chocolate and the smell of oranges – every feeling, bit of knowledge and experience you have or plan to have is possible because of the cascading activation of neurons. Everything we are, can do and will*

*do is nothing more than this. Otherwise **we would need** ghosts in the brain and, so far, none have been found* [Hood 2013: 5]. Выделенные слова и фразы содержат обращения автора к читателю, привлекают читателя к рассуждению, вызывают к его сопереживанию, чувствам и опыту.

Другой отрывок из книги области социологического дискурса «Introduction to Sociology» содержит местоимения, с помощью которых исследователь ведет диалог с адресатом, апеллируя к его знаниям и опыту. *Today, it is impossible to discuss media and the ways societies communicate without addressing the fast-moving pace of technology change. Twenty years ago, if **you** wanted to share news of your baby's birth or a job promotion, **you** phoned or wrote letters. **You** might tell a handful of people, but **you** probably wouldn't call up several hundred, including your old high school chemistry teacher, to let them know. Now, **you** might join an online community of parents-to-be even before **you** announce your pregnancy via a staged Instagram picture. The circle of communication is wider than ever and when **we** talk about how societies engage with technology, **we** must take media into account, and vice versa* [Griffiths, Keirns 2015: 160]. В данном примере автор научной статьи предоставляет ему возможность самостоятельно убедиться в достоверности его утверждений, тем самым выражая уверенность в компетентности адресата.

Другая отличительная характеристика гуманитарного дискурса, как показал анализ научной гуманитарной литературы, заключается в некоторой относительности, некатегоричности научного изложения. Представленное автором мнение или высказывание не абсолютно и не окончательно. Данная характеристика проявляется с помощью выражения неоднозначности, некоторой неуверенности в оценке степени осведомленности, продуктивности, достоверности той или иной информации; точности результатов исследования.

Так, в следующем примере, представляющем собой фрагмент знания исторического дискурса, взятого из книги «A Brief History of Tomorrow», выделенное наречие ярко демонстрирует свойство некатегоричности гуманитарного знания: *Anthropological and archaeological evidence indicates that archaic hunter-gatherers were **probably** animists: they believed that there was no essential gap separating humans from other animals.* [Harari 2017: 7]. Неокончателность выводов и относительность сведений также представлены в следующем примере фрагментом из книги «Psychology», принадлежащей области знания психологического дискурса: ***Some researchers suggest** that altruism operates on empathy. Empathy is the capacity to understand another person's perspective, to feel what he or she feels. An empathetic person makes an emotional connection with others and feels compelled to help (Batson, 1991). **Other researchers argue** that altruism is a form of selfless helping that is not motivated by benefits or feeling good about oneself. Certainly, after helping, people feel good about themselves, but **some researchers argue** that this is a consequence of altruism, not a cause. **Other researchers argue** that*

*helping is always self-serving because our egos are involved, and we receive benefits from helping (Cialdini, Brown, Lewis, Luce &Neuberg 1997). It is challenging to determine experimentally the true motivation for helping, whether is it largely self-serving (egoism) or selfless (altruism). Thus, a debate on whether pure altruism exists continues [Spielman 2014: 439].* Повторяющиеся выделенные грамматические конструкции, представляющие разные мнения ученых об одном и том же явлении, указывают на незаконченность исследования, предположительность и относительность данных. Признание неокончателности полученных результатов свидетельствует о сдержанности в оценке итогов познавательной деятельности.

Как показал анализ англоязычной гуманитарной литературы, зачастую автор вербализует научное знание с учетом реакции адресата, обращаясь к адресату с вопросами, призывая дать свой отклик на обсуждаемую тему. Поскольку любая научная литература воспринимается критически, с ответной реакцией, автор англоязычного научного текста стремится учитывать реакцию адресата при создании своего научного изложения. Смягчение критики происходит недостаточности экспериментальных данных. Пронаблюдать реализацию данной характеристики можно на следующем примере из книги по философии «Existentialism»: *So in the struggle against natural calamities such as AIDS and Ebola, the scales are tipping in humanity's favour. **But what about the dangers inherent in human nature itself?** Biotechnology enables us to defeat bacteria and viruses, but it simultaneously turns humans themselves into an unprecedented threat. The same tools that enable doctors to quickly identify and cure new illnesses may also enable armies and terrorists to engineer even more terrible diseases and doomsday pathogens. It is **therefore likely** that major epidemics will continue to endanger humankind in the future only if humankind itself creates them, in the service of some ruthless ideology. The era when humankind stood helpless before natural epidemics is **probably** over [Kevin 2013: 4].*

В следующем отрывке из книги исторического содержания «The Historical Jesus» недостаток имеющихся сведений выражается довольно ясно при использовании слов и выражений относительного содержания (выделены нами жирным шрифтом): *Estimates for how long Homo sapiens has been on the planet **range** from 30,000 years to 200,000 years. **No one is quite sure** exactly how long. What is certain, though, is that the brains of our ancestor Homo sapiens were **practically** the same as our brains. We are the same people, physically: today, we have no additional neurons, no better wiring [Gary 2016: 1].* В представленных примерах обнаруживается намерение исследователей смягчить критику полученных результатов за счет ссылки на объективные обстоятельства, не позволяющими исследователю дать объективную оценку какому-либо явлению или процессу.



Исходя из проведенного анализа гуманитарной научной литературы, следует, по-видимому, подчеркнуть, что гуманитарное знание является особым типом научного знания и вербализируется в научном тексте с учетом таких свойственных ему характеристик, как: активная позиция познающего субъекта (автора научного гуманитарного изложения), диалогичность и неоднозначность интерпретирования.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – М. : Советская энциклопедия, 1990.
2. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. – М. : Искусство, 1979. – 424 с.
3. Завьялова М. П. Методы научного исследования: учеб. пос. / М. П. Завьялова. – Томск : Изд-во ТПУ, 2007. – 160 с.
4. Лебедев С. А. Общая философия науки / С. А. Лебедев. – М. : Академ. проспект, 2007. – 731 с.
5. Розов М. А. Теория социальных эстафет и проблемы эпистемологии / М. А. Розов. – М. : Новый хронограф, 2008.
6. Романова Н. Л. Языковые средства выражения адресованности в научном и художественном текстах (на материале немецкого языка) : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Н. Л. Романова. – СПб., 1997.
7. Чернявская В. Е. Интерпретация научного текста : учеб. пос. / В. Е. Чернявская. – СПб. : URSS, 2005. – 128 с.
8. Gary R. Habermas. The Historical Jesus / R. Gary. – College Press Publishing Company, 2016. – 251 p.
9. Griffiths H. OpenStax. Introduction to Sociology 2e / H. Griffiths, N. Keirns. – Rice University, 2015. – 509 p.
10. Hood B. The Self Illusion / B. Hood. – Oxford University Press; Reprint edition, 2013. – 368 p.
11. Harari N. Yuval. Homo Deus: A Brief History of Tomorrow, The Number One Bestseller / N. Harari. – London, Vintage Books, 2017. – 514 p.
12. Kevin A. Existentialism: An Introduction / A. Kevin // Polity; 1 edition. – 2014. – 213 p.
13. Spielman Rosie M. Psychology / R. Spielman. – Formerly of Quinnipiac University, 2014. – 754 p.

## НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ КАТЕГОРИИ ОЦЕНОЧНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ПРЕДВЫБОРНОЙ КАМПАНИИ ДЖ. БАЙДЕНА)

Торбик Е.М., Родионова Д.С.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** В статье рассматриваются отдельные аспекты оценочности речи в политическом дискурсе, вербализованной в выступлениях Джо Байдена в рамках его предвыборной кампании как кандидата в президенты США.

**Ключевые слова:** политический дискурс, оценка, манипуляция

**Abstract.** The article examines some aspects of the evaluative nature of speech in political discourse, verbalized in Joe Biden's speeches as part of his 2020 presidential campaign.

**Keywords:** political discourse, evaluation, manipulation

Современная социальная реальность во многом определяется Интернетом и социальными сетями, особенно социальными сетями – от Facebook и Twitter до Instagram. Характер, модели и формат представления и потребления информации в современном сетевом обществе радикально изменились: социальные платформы, групповые чаты в мессенджерах, комментарии и лайки к постам, видео, гифки, мемы, твиты, – сетевое дискурсивное взаимодействие в онлайн-пространстве стало фрагментированным (клип-мышление), отвлеченным, мульти-модальным. Именно посредством такого дискурсивного взаимодействия каждую секунду создается колоссальный объем сетевых данных. Цифровые технологии способствуют формированию новой культуры социального взаимодействия, при этом оставляя неизменной суть коммуникации, лежащей в основе него, – обмен информацией и ресурсами. Однако внедрение социальных сетей в жизнь глобального общества задало новый вектор коммуникации, трансформировав её в сетевую коммуникацию с преобладающей функцией управления. Причем не актуальность, не достоверность контента способствуют его восприятию аудиторией, статус важности контенту придает степень его распространённости в социальных сетях [Рябченко 2021: 82]. Таким образом, социальные сети формируют контент нового типа по форме, содержанию, языковым и культурным характеристикам и скрытому значению.

Растущая роль сетевых коммуникаций с жизни глобального общества не обошла стороной и политический дискурс, диктуя новые типы политических стратегий. Этот экстралингвистический процесс отражается в изменении каналов и форматов коммуникации, роли и характеристик коммуникантов, и, как следствие, в развитии языка политики, его лингвокультурного и семантико-семиотического аспектов [Pearson 2017: 17–26]. Несмотря на регламентированность информации

благодаря модерации социальных сетей, которая, впрочем, приобретает мнимый характер, контент генерируется так, как удобно адресанту, и за счет поликанальности, массовости распространения, комплексного воздействия поглощается в том же «удобном» адресанту виде, не давая возможности её проанализировать. А уж кто как не политики, профессионально владеющие формами психологического воздействия, начиная с убеждения и заканчивая внушением, способны «правильно» подать информацию. Только представьте талант политика в совокупности с освоенными техниками психологического воздействия, умноженный на многочисленные каналы передачи информации. Действительно, какие бы трансформации не проходили в мировом обществе, слово было и остается мощным оружием или средством, в зависимости от того, как его применять.

Итак, в фокусе нашего внимания в настоящей статье – политический дискурс, как письменный, так и устный. Политический дискурс – это «знаковое образование, имеющее два измерения – реальное и виртуальное, при этом в реальном измерении он понимается как текст в конкретной ситуации политического общения, а его виртуальное измерение включает вербальные и невербальные знаки, ориентированные на обслуживание сферы политической коммуникации, тезаурус прецедентных высказываний, а также модели типичных речевых действий и представление о типичных жанрах общения в данной сфере» [Шейгал 2000: 9].

Более узкое определение политического дискурса вводит ван Дейк, который считает, что политический дискурс – вид коммуникации политиков, выполняемый в виде правительственных документов, дебатов и т.д. [Дейк 1985: 3]. С точки зрения С.Н. Плотниковой, политический дискурс подразумевает под собой две составляющие – дискурс непосредственно политика и дискурс реагирования [Плотникова 2006: 89–104]. Вообще, он проявляется во многих коммуникативных жанрах, таких как интервью, статья, лозунг, выступление, обращение, предвыборные дебаты, послание президента, выступая связующим звеном между ситуацией, политиком и слушателями / читателями (гражданами). Все эти жанры можно сгруппировать в как минимум 3 типа политического дискурса – институционально политический, политический медиадискурс и политико-гражданский. Именно политическому медиадискурсу мы посвятили наше исследование, как, пожалуй, самому доступному и популяризированному. Но цель всех типов политического дискурса одна - борьба за власть, овладение, стабилизация, сохранение ее. Что же касается основной функции политического медиадискурса, инструментальной, она обеспечивает механизмы информационного воспроизведения политического дискурса в обществе, ее основу составляют взаимоотношения власти и СМИ. Суть этих взаимоотношений заключается в том, что власть стремится тотально контролировать инструменты воспроизводства политической информации

в глобальном обществе, фактически находящихся полностью в руках СМИ. В свою очередь СМИ осуществляют значительное влияние на политический дискурс, обладая монополией на инструменты поддержания и изменения соотношения политических сил в глобальном обществе.

Материалом исследования послужили тексты заявлений и обращений Джо Байдена к американскому народу и Дональду Трампу в сети Твиттер, а также видеоматериалы его выступлений в рамках своей предвыборной программы как кандидата в президенты США, начиная с июня 2019 года до его вступления в должность президента США 20 января 2021 года.

Анализ реплик кандидата в президенты Джо Байдена позволяет говорить о наличии обоих типов выраженной им оценки, как эксплицитной, так и имплицитной. Обратимся к примерам.

*Donald Trump has put us in a horrible situation. We do have enormous income inequality.*

Таким образом, Джо Байден начинает свое выступление в Майами в июне 2020 года с нападок на Дональда Трампа, вербализуя эксплицитную оценку ситуации, в которой, по его мнению, США оказались благодаря действующему президенту. (Эта фраза цитируется огромное количество раз на разных медиаплощадках, в различных публикациях и обсуждениях.) Выражена эта оценка посредством прилагательного *horrible*, обладающая негативной коннотацией. Далее Байден раскрывает суть этой ужасающей ситуации. Это уточнение является простым распространенным утвердительным предложением, в котором изначально нейтральное определение *enormous* в сочетании с отрицательно окрашенным существительным *inequality* формирует образ ситуации и номинирует её.

В данном примере Джо Байден применяет стратегию на понижение, которая способствует формированию негативного образа оппонента, она дискредитирует его. Эта стратегия подразумевает использование манипуляций, имплицитно и эксплицитно выражающихся отрицательных действий (пусть и устно- или письменноречевых) по отношению к политику-оппоненту [Чернявская 2006: 124].

Стратегия на понижение достигается за счет таких тактик, как тактика анализа, тактика обвинения, тактика безличного обвинения, тактика обличения, тактика угрозы, тактика оскорбления.

При тактике анализа адресант напрямую не показывает своего недовольства по отношению к оппоненту. Недовольство выражается в речи: использование лексических единиц, имплицитно выражающихся.

Тактика обвинения способствует обличению противника и раскрытию его недостатков напрямую. Именно к этой тактике прибегает Джо Байден в приведенном выше примере. Зачастую обвинение может быть безосновательным, а вербализуется оно посредством негативно – оценочных высказываний. Особое внимание уделяется глаголам, причастиям.

При реализации тактики безличного обвинения говорящий не называет обвиняемого, что имеет манипулятивный фактор, так как обвиняться может круг участников. Использование синтаксических и лексических средств в рамках этой тактики крайне выгодно для политика, т. к. за счет этого ему удастся усилить впечатление от противопоставления двух групп: «свои» и «чужие».

Тактика обличения несет обвинительный характер с использованием аргументации. Отличается данная тактика указанием причины обвинения.

Тактика угрозы представляет собой ситуацию запугивания оппонента с использованием метафор.

Другой пример, являющийся высказыванием Джо Байдена в адрес Дональда Трампа, был озвучен во время их дебатов в Кливленде в сентябре 2020 года, которое в дальнейшем также получит распространение в публикациях, в социальных сетях.

*The fact is that everything he's saying so far is simply a lie. I'm not here to call out his lies. Everybody knows he's a liar, but I just wanna make sure I wanna make sure I do it last it last night. I wanna make sure you can you let him finish sir. No. he didn't know how to do that. He has. You know you'd be surprised the wrong guy the **wrong guy at the wrong time**.*

Тактика обвинения, представленная и в предыдущем примере, реализуется кандидатом в президенты вновь. Необходимо отметить, что частотность использования им этой тактики высока. Речь Джо Байдена нередко лишена аргументации (как, впрочем, и Трампа, но сейчас речь не о нем), что создает впечатление словесной «перепалки» полных обид людей, а не лиц, несущих ответственность за благосостояние нации. Поэтому подобные речи несут скорее манипулятивный, а не персуазивный характер. Открытая эмоциональная оценочность речи, которая обращена к оппоненту, характерна для Джо Байдена. А, как известно, оценочность высказывания подразумевает скрытый императив [Арутюнова 1988: 46]. Однако помимо скрытого императива, Джо Байден прибегает к прямому императиву *I wanna make sure you can you let him finish sir*, усиливая эффект высказывания. Кроме того, озвучивая свою оценку *is simply a lie*, он вкладывает её в уста народа: *Everybody knows he's a liar*, пытается создать впечатление общеизвестной истины, что опять же является явной манипуляцией. В данном примере эксплицитная оценка выражена лексическими средствами.

Особенность языка политики – доступность в понимании всем слоям населения [Шейгал 2000: 5]. Действительно, в примерах, представленных в данной статье, мы обратились исключительно к эксплицитной оценке к деятельности и личности президента Дональда Трампа. И в целом язык Джо Байдена максимально упрощен, никаких сложных предложений модели “cause – effect” и проч. Все это в совокупности и является фокусировочным манипулированием (изменение фокуса освещения события, высказывания, поведения и т.д., связанного

с денотатом, с целью восприятия ситуации адресатом в выгодном манипулятору свете) [Шейгал 2004: 228]:

*You're the **worst president** America has ever had.*

Все высказывания Джо Байдена объединены одной идеей – неправильный выбор президента, о чем открыто заявляется.

Итак, изучив тексты заявлений Джо Байдена и видеоматериалы его выступлений в рамках своей предвыборной программы как кандидата в президенты США, единичные фрагменты которых были проиллюстрированы в настоящей статье, мы пришли к выводу, что оценка деятельности и личности действующего на тот момент президента США, Дональда Трампа, вербализуется максимально эксплицитно (по крайней мере, в приведенных примерах). При наличии определенного числа тактик в рамках стратегии на понижение, к которой прибегает рассматриваемый нами кандидат, в своих высказываниях Джо Байден использует лексические средства (разные части речи, негативно окрашенные) для достижения своей цели – обвинение противника и раскрытие его недостатков напрямую.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт / Н. Д. Арутюнова. – М., 1988. – 341 с.
2. Плотникова С. Н. Человек и персонаж: Феноменологический подход к естественной и художественной коммуникации / С. Н. Плотникова // Человек в коммуникации: кон цепт, жанр, дискурс / отв. ред. Е. И. Шейгал. – Волгоград : Парадигма, 2006. – С. 89–104.
3. Рябченко Н. А. Модель коммуникации "говорящий – слушающий" в условиях цифровизации лингвистического поворота: опыт сетевого и лингводискурсивного анализа контента видеохостинга "YouTube" / Н. А. Рябченко, О. П. Малышева, В. В. Катермина, А. А. Гнедаш // Политическая лингвистика. – 2021. – № 1 (85). – С. 81–94.
4. Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса / В. Е. Чернявская. – М. : Флинта, 2006. – 136 с.
5. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – М., 2004. – 326 с.
6. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: дис. ... докт. филол. наук / Е. И. Шейгал. – 2000. – 431 с.
7. Dijk Teun Van. Handbook of Discourse Analysis: Discourse and dialogue / Teun Van Dijk. – Academic Press, 1985. – 251 p.
8. Pearson. Shaping tomorrow. Sustainability report. – 2017.

## ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ПАНДЕМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Белоусова А.В.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** В статье рассматриваются способы выражения оценки пандемической ситуации в медиадискурсе. Дается анализ языковых средств выражения оценочных суждений.

**Ключевые слова:** оценка, лингвопрагматика, коронавирусная инфекция, стилистические средства, медиадискурс

**Abstract.** The article deals with the ways of expressing the assessment of the pandemic situation in the media discourse. The analysis of linguistic means of expressing value judgments is given.

**Keywords:** assessment, linguopragmatics, coronavirus infection, stylistic means, media discourse

Целью настоящей статьи является рассмотрение лингвопрагматических особенностей репрезентации пандемической ситуации в англоязычном медиадискурсе. В центре внимания статьи – различные источники СМИ, в которых прослеживаются способы выражения оценки пандемической ситуации во всем мире путем использования разных языковых средств.

Пандемия коронавирусной инфекции считается событием глобального масштаба, которое затрагивает на сегодняшний день все человечество и конкретно каждого человека. Бурная и разнообразная по тональности и способу выражения реакция на это явление отразилось на коммуникации в СМИ. Во всем мире произошли глобальные изменения: все перешли на полностью или частично дистанционный формат работы и обучения, языки различных стран обогатились новыми словами, связанными с коронавирусом (например, «зумиться», «ковидиот», «карантикулы», «карантье»).

Следует также отметить тот факт, что многие люди относились и относятся к этому явлению неоднозначно, что доказывает появление такого неологизма, как «ковидиот». При образовании неологизма произошло слияние двух слов «ковид» и «идиот». Очевидно, что это слово носит негативную коннотацию, хотя оно имеет два противоположных значения: ковидиотами сегодня называют тех, кто отрицает наличие пандемии и ее опасности, нарушает режим самоизоляции, пренебрегает мерами предосторожности, а также тех, кто, напротив, чересчур паникует (кинулся закупать гречку и туалетную бумагу, моет руки до ран, панически боясь заражения) [Мелихова [www](#)]. Такую тенденцию к образованию новых слов можно проследить не только в русском, но и в других языках.

Каждый человек придерживается своего мнения и выражает отношение и оценку к сложившейся ситуации в мире, используя не только ковидные неологизмы, но и другие языковые средства. Проследить способы выражения оценки к коронавирусу можно путем изучения лингвопрагматических особенностей репрезентации пандемической ситуации. Рассматривать данные особенности мы будем на примере англоязычного медиадискурса.

Под лингвопрагматикой понимается аспект исследования языка, выделяющий и исследующий единицы языка в их отношении к тому лицу или лицам, которые пользуются языком [Ахманова 1996]. Лингвопрагматический подход считается современным и наиболее перспективным методом изучения категории оценки, под которой следует понимать умственный акт, в результате которого устанавливается отношение субъекта к оцениваемому объекту с целью определения его значения для жизни и деятельности субъекта. Очевидно, что оценочное суждение может быть выражено путем различного вида словообразований на лексическом уровне (например, сложение, редупликация и др.); на фонетическом уровне (например, при помощи интонации); на синтаксическом уровне анализируется состав предложения (например, односоставные и др.); на стилистическом уровне оценка может быть выражена как при помощи различных средств выразительности (например, метафора, эпитет, олицетворение и др.); на графическом уровне оценка выражается при помощи различных графических средств (например, курсив, тире, многоточие и др.). Оценка также может быть выражена двумя путями: эксплицитно и имплицитно.

На протяжении времени существования коронавируса люди неоднократно оценивали сложившуюся ситуацию. Рассмотрим отрывки статей из британской общественной новостной службы BBC и американской ежедневной газеты "The New York Times".

На сайте BBC "New coronavirus variant: What do we know?", где рассказывается о новом виде коронавируса и о стремительном распространении, наблюдается тревожность по поводу увеличения числа случаев распространения вируса. Выражая свое отношение к сложившейся ситуации, автор статьи использует метафору движения для того, чтобы подчеркнуть рост случаев заражения: *The rapid spread of a new variant of coronavirus has been blamed for the introduction of strict tier four mixing rules for millions of people, harsher restrictions on mixing at Christmas in England, Scotland and Wales, and other countries placing the UK on a travel ban.* В этом отрывке автор выражает обеспокоенность и тревожность из-за складывающейся ситуации с коронавирусом.

В начале пандемии в англоязычном медиадискурсе коронавирус часто сравнивается с войной. Например, в статье издательства "The New York Times" "Mapping the Social Network of Coronavirus" доктор Веспиньяни в своей речи использует сравнение, чтобы показать отношение людей к коронавирусу: *We call this 'wartime'.* Он считает, что



ситуация с вирусом имеет сходства с военной обстановкой, поэтому нужно принимать строгие и серьезные меры по борьбе с ним. Это не единственный случай сравнения коронавируса с войной. Приведем пример из статьи издательства “The New York Times” “Coronavirus Is Advancing. All Americans Need to Shelter in Place”, где Дональд Трамп называет себя “war president” и в своей речи использует сравнение пандемии с обстановкой в военное время: *Why, then, won't he rally Americans around this cause? Winning this war will require shared sacrifice, and tremendous short-term hardship for Americans. But failure would mean devastating loss of life and prolonged, widespread economic pain.*

Помимо случаев сравнения коронавируса с войной мы выявили примеры сравнения его с природными явлениями. Например, в статье “Coronavirus Is Advancing. All Americans Need to Shelter in Place” коронавирус сравнивается с ураганом: *The coronavirus has been called, with some justification, a “slow-motion hurricane”.* Автор статьи считает, что в борьбе с коронавирусом могут быть применимы такие же способы, что и в борьбе с ураганами и их последствиями.

Также коронавирус сравнивают с предметами обихода. Например, в одной из статей используется сравнение коронавируса со ступой – инструментом для толчения или растирания чего-либо. В статье “What I Learned When My Husband Got Sick With Coronavirus” автор передает грустную историю от лица пожилой женщины о том, как они с супругом добровольно ушли на самоизоляцию в начале пандемии, чтобы исключить возможность заражения. К сожалению, супруг заражается, и женщина видит, как сильно мучается и страдает ее муж, испытывая нескончаемую лихорадку, дрожь и ужасные боли. Чтобы передать ощущения и состояние заболевшего человека, в своем рассказе она использовала сравнение вируса с инструментом для толчения. Она считает, что коронавирус, так же, как и ступа, раздавливает людей: *“You shouldn't stay here,” he says, but he gets more frightened as night comes, dreading the long hours of fever and soaking sweats and shivering and terrible aches. “This thing grinds you like a mortar”.*

В некоторых статьях коронавирус сравнивается с апокалипсисом. Именно апокалиптическим коронавирусом называют в статье “13 Deaths in a Day: An ‘Apocalyptic’ Coronavirus Surge at an N.Y.C. Hospital”, где описывается тяжелая обстановка в Нью-Йорке, который на тот момент считался эпицентром вспышки коронавируса в США. Также автор пишет, что увеличивается количество умерших от вируса, а чтобы хранить тела умерших, начинают использовать грузовики с холодильным отделением. Неудивительно, что автор использует эпитет “apocalyptic” в данном случае.

Некоторые политики находили в ситуации с пандемией положительные стороны. Известно, что США били все антирекорды в 2020 году по количеству случаев заболевания и смертности. Дональд Трамп оптимистично взглянул на ситуацию и в своей речи использовал

стилистический прием – парадокс, который представляет собой неожиданный вывод, резко расходящийся с логикой предшествующего текста или с привычным мнением. Как следует из статьи BBC “Trump says US topping world virus cases is 'badge of honour””, Трамп считает, что рекордное количество случаев заболеваемости в США – это «знак чести», доказательство эффективности американского тестирования на вирус.

Другие политики считали, что вся ситуация с пандемией – это обман и абсурд. Такой пример можно встретить в статье издания “The New York Times” “Brazil Is in Coronavirus Free Fall”, где Жаир Болсонару, президент Бразилии, высказывает мнение о том, что нет смысла беспокоиться из-за ковида, а СМИ и правительство обманывают весь мир. При этом он называет ковид «жалкой инфекцией», используя эпитет “measly”.

Однако по большей части коронавирусную инфекцию оценивают как негативное событие для всего человечества. Многие люди обеспокоены тем, что коронавирус способствует скорой смерти людей, которые принимали участие в исторических событиях прошлого века. Ведь это именно те люди, которые могли в подробностях передать то, что они видели, передать какие-то исторические факты. В статье “The New York Times” “Coronavirus Depletes the Keepers of Europe’s Memory” автор использует олицетворение – глаголы “upset” и “severe” – в предложении “In the meantime, as the virus upsets all of modern life, it is also severing connections to the past”.

В статье “The New York Times” “Can We Call Trump a Killer?” Трампа обвиняют в халатном отношении к борьбе с коронавирусом, а ситуацию в США описывают как критическую. Журналист Чарльз Блоу, чтобы подчеркнуть и передать свое отношение, использует эпитет “abysmal” (“the situation is abysmal”). Используя данный стилистический прием, он подчеркивает, что пора предпринимать какие-то меры по борьбе с вирусом, так как американцы умирают в геометрической прогрессии.

Читая статью Ника Тригла “Covid: Will 19 July unlocking gamble pay off or backfire?», легко можно проследить неодобрительное отношение людей к решению премьер-министра Великобритании Бориса Джонсона отменить почти все антивирусные ограничения в Англии 19 июля 2020 года. Ник Тригл в своей статье представляет это на примере слов одного из экспертов университета Лафборо доктора Дункана Робертсона, который считает, что данное решение неправильное, и выражает свое негодование, используя в речи средство стилистического уровня выражения оценки, а именно сравнения: “One expert likens what is being done to taking the “control rods out of a nuclear reactor”. Оценка Робертсона эксплицитна, поэтому, очевидно, что он считает такое решение абсурдным, сравнивая отмену ограничений с извлечением стержней из ядерного реактора, что, так же как и отмена антивирусных ограничений, грозит катастрофой.

Результаты исследования показали, что оценочные суждения могут быть выражены различными языковыми средствами, но в основном нами были выявлены примеры метафоры, сравнения, олицетворения и эпитетов. Также, изучая различные источники СМИ, можно сделать вывод, что отношение у людей к сложившейся пандемической ситуации является неоднозначным, но чаще всего вирус воспринимается как что-то ужасное и сравнивается с катастрофическими явлениями.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнов Н. Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт / Н. Д. Арутюнова. – М. : Наука, 1988. – 341 с.
2. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – М. : Советская энциклопедия, 1996. – 607 с.
3. Мелихова Е. Коронавирус пополнил русский язык новыми словами / Е. Мелихова. – Режим доступа: <https://rg.ru/2020/05/01/reg-ufo/koronavirus-popolnil-russkij-iazyk-novymi-slovami.html>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 20.09.2021).
4. Barbara V. Brazil Is in Coronavirus Free Fall Memory / V. Barbara. – Available at: <https://www.nytimes.com/2020/06/08/opinion/brazil-coronavirus-bolsonaro.html?referringSource=articleShare> (date of access: 20.09.2021).
5. Carey B. Mapping the Social Network of Coronavirus / B. Carey. – Available at: <https://www.nytimes.com/2020/03/13/science/coronavirus-social-networks-data.html?referringSource=articleShare> (date of access: 20.09.2021).
6. Gallagher J. New coronavirus variant: What do we know? / J. Gallagher. – Available at: <https://www.bbc.com/news/health-55388846> (date of access: 20.09.2021).
7. Horowitz J. Coronavirus Depletes the Keepers of Europe's Memory / J. Horowitz. – Available at: <https://www.nytimes.com/2020/06/06/world/Europe/coronavirus-europe-italy-elderly-deaths.html?referringSource=articleShare> (date of access: 20.09.2021).
8. Lustig J. What I Learned When My Husband Got Sick With Coronavirus / J. Lustig. – Available at: <https://www.nytimes.com/2020/03/24/magazine/coronavirus-family.html>? (date of access: 20.09.2021).
9. Rothfeld M. 13 Deaths in a Day: An 'Apocalyptic' Coronavirus Surge at an N.Y.C. Hospital. – Available at: <https://www.nytimes.com/2020/03/25/nyregion/nyc-coronavirus-hospitals.html>? (date of access: 20.09.2021).
10. The Editorial Board Coronavirus Is Advancing. All Americans Need to Shelter in Place. – Available at: <https://www.nytimes.com/2020/03/24/opinion/coronavirus-trump-lockdown.html>? (date of access: 20.09.2021).
11. Trigg N. Covid: Will 19 July unlocking gamble pay off or backfire? / N. Trigg. – Available at: <https://www.bbc.com/news/health-57751056> (date of access: 20.09.2021).

12. Trump says US topping world virus cases is 'badge of honour'. – Available at: <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-52733220> (date of access: 20.09.2021).

## АКТУАЛИЗАЦИЯ ЦЕННОСТЕЙ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ДИСКУРСЕ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

Горбачева Е.Н.  
Астрахань, Россия,  
Кулмурадова Г.А.  
Туркменабад, Туркменистан

**Аннотация.** В статье рассматриваются языковые способы актуализации ценностей в текстах социальной рекламы на английском языке. Выявляются две основные группы речевых актов, которыми представлена вербальная составляющая дискурса социальной рекламы, – декларативы и императивы: декларативы выражаются косвенно, а именно как транспонированные констативы; императивы сводятся к имплицитно выраженным призывам и советам.

**Ключевые слова:** дискурс, социальная реклама, ценность, актуализация, речевой акт

**Abstract.** The article deals with the linguistic ways of actualizing values in the texts of social advertising in English. There are revealed two main groups of speech acts, which represent the verbal component of the discourse of social advertising - declaratives and imperatives: declaratives are expressed indirectly, namely, as transposed constatives; imperatives are represented by implicit appeals and advice.

**Keywords:** discourse, social advertising, value, actualization, speech act

Социальная реклама является неотъемлемым элементом культуры современного общества, актуальным видом деятельности, направленной на изменение отношения людей к существующим проблемам, а также на формирование новых социальных ценностей, востребованных обществом [Деревянко, Зыбин 2012]. Специалисты выделяют четыре вида социальной рекламы – некоммерческую, общественную, государственную и собственно социальную. По мнению И.Б. Давыдкиной, социальная реклама мотивирует «к совершению нужного действия, но направленного не на удовлетворение индивидуальных потребностей человека, а действия социально полезного», поскольку в ней содержатся модели социально полезного и социально безопасного поведения [Давыдкина 2009: 223].

Социальная реклама является объектом многих лингвистических исследований, в которых рассматриваются те или иные языковые аспекты данного феномена: выделяются параметры, по которым социальная реклама отличается от коммерческой (по адресанту, по адресату, по целям, по каналам, по пресуппозициям адресатов, по мотивам и тональности) [Киреев 2008]; анализируются вербальные и визуальные знаки, используемые в социальной рекламе [Звада, Кузнецова 2019], в том числе метафора [Додукова, Анисимова 2019; Кириллова 2016; Юрьева 2016]; изучаются жанровые особенности дискурса социальной рекламы [Анисимова, Пригарина 2018]; с позиций дискурсивной перформативности рассматриваются языковые средства экспликации социорефлексивности в текстах социальной рекламы в разных модальных рамках: долженствования, совета, предостережения, запрета, скрытой угрозы и т.д. [Горбачева 2013].

Цель данной статьи заключается в выявлении языковых способов актуализации ценностей в текстах социальной рекламы на английском языке. Ценности, актуализируемые в социальной рекламе, сконцентрированы в ее концептах. С.И. Киреев относит к базовым концептам социальной рекламы такие ментальные образования, как «безопасность», «здоровье», «семья», «детство», «экология», «закон» [Киреев 2008].

Вербальная составляющая дискурса социальной рекламы представлена двумя основными группами речевых актов – декларативами и императивами: первые провозглашают ценности, вторые побуждают к выполнению ценностно-нагруженных действий, соблюдению норм и т.п.

Посредством декларатива выражается предостережение / предупреждение о последствиях несоблюдения каких-либо норм. Как правило, декларативы выражаются косвенно, а именно посредством констативных речевых актов. Констативы в классификации речевых актов по Дж. Остину противопоставляются перформативам, однако в дискурсивном пространстве социальной рекламы они не просто сообщают о каком-либо событии, поступке и т.п., а объективируют поступки, приравниваются к самим поступкам, так же как перформативы Дж. Остина [Austin 1962]: автор сообщения декларирует те или иные ценности или антиценности. Такие высказывания относятся к разряду транспонированных перформативных действий [Горбачева 2015: 82]. Перлокутивный эффект в них достигается за счет подачи информации и/или визуальной составляющей шокирующего характера. По замечанию Л.С. Тихомировой, Л.Г. Кыркуновой и И.П. Мялициной, в текстах шоковой социальной рекламы отсутствует развернутая аргументация, а их основной функцией признается эмоционально-воздействующая функция, вызывающая негативные эмоции у целевой аудитории, такие как страх, ужас и неприятие. Морально-этические нарушения некоторых приемов шоковой рекламы могут приводить к нарушению психоэмоционального баланса адресата, в связи с чем обращение к шоковой

социальной рекламе не всегда является оправданным [Тихомирова et al. 2016: 142]. Рассмотрим примеры использования декларативов в социальной рекламе на темы экологии и детства:

(1) *Air pollution kills 60,000 people a year* (Агентство неизвестно).

(2) *Every 60 seconds a species dies out. Each minute counts. Each donation helps BUNDNET* (Агентство: Scholz & Friends, Берлин, Германия).

(3) *If you don't pick it up, they will* (Агентство: TBWA\Hunt\Lascaris, Йоханнесбург, Африка).

(4) *Innocence in danger. Sexual predators can hide in your child's smartphone* (Агентство: Herezie, Париж, Франция).

(5) *Neglected children are made to feel invisible* (Австралийский фонд детства, Мельбурн, Австралия).

В примерах 1-3 осуществляется апелляция к экологическому сознанию целевой аудитории: авторы косвенно предупреждают людей о негативных последствиях их деятельности не только для животных, но и для них самих. Эмоциональное воздействие рекламных сообщений на адресата усиливается за счет пугающих статистических данных в примерах 1 и 2, метафоры “air pollution kills” в примере 1, параллельных конструкций и градации в примере 2, ужасающим визуальным рядом в примере 3 (текст рекламы сопровождается фотографией останков мертвой птицы с различными мелкими предметами внутри – отходами человеческой деятельности).

В примере 4 актуализируется ценность безопасности детей посредством объективации проблемы сексуального насилия над детьми: автор сообщения предостерегает общество от опасности, которая может грозить детям, общающимся с незнакомыми людьми в Интернете (в данном случае с помощью смартфонов). Эмотивность высказывания достигается за счет метафор (“innocence in danger”, “predators”) и метафтонимии (“predators hide in ... smartphone”), оценочность создается с помощью существительного с отрицательной оценочной коннотацией “predators”. Употребление притяжательного местоимения 2-го лица объективирует тактику интимизации общения. В примере 5 автор рекламного сообщения объективирует проблему беспризорных детей и актуализирует таким образом ценность воспитания, предупреждая общество о том, что отсутствие должного внимания к детям со стороны взрослых негативно сказывается на детской психике. Убедительность и эмоциональность высказыванию придает метафора “to feel invisible”.

Императив в социальной рекламе объективируется, главным образом, как призыв к соблюдению каких-либо норм, выполнению социально значимых действий либо невыполнению действий, приносящих вред / сопряженных с опасностью для кого-либо. Призыв относится к директивно-инъюнктивным актам и в текстах социальной рекламы

выражается косвенно, посредством имплицитных перформативов – глаголов в повелительном наклонении:

(6) *Save paper – save the planet* (Агентство: Saatchi & Saatchi, Копенгаген, Дания).

(7) *Don't talk while he drives. Don't talk while she drives* (Агентство: Mudra Group, Индия).

(8) *Stop the violence. Don't drink and drive* (Агентство: Terremoto Propaganda, Куритиба, Бразилия).

В примере 6 актуализируется ценность бережного отношения к природе. Глагол “save” в первом случае употребляется в значении «экономить», во втором – в значении «спасать». Прием возрастающей градации в данном случае позволяет сделать высказывание эмоционально-насыщенным и передает модальность долженствования. В примерах 7 и 8 осуществляется актуализация ценности безопасного вождения: в примере 7 объективируется опасность использования мобильных телефонов водителями, в примере 8 – опасность вождения в состоянии алкогольного опьянения. Посредством глаголов в повелительном наклонении в отрицательной форме в обоих примерах передается модальность запрета (“Don't talk”; “Don't drink and drive”). Однако здесь выражается именно призыв к тому, чтобы не совершались социально опасные действия, а не запрет на их выполнение, так как запрет предполагает наличие у адресанта специальных полномочий для его осуществления. В примере 7 перлокутивный эффект высказывания усиливается благодаря анафорическому повтору и параллелизму, в примере 8 – благодаря использованию существительного с отрицательной коннотацией “violence”.

Помимо призыва в социальной рекламе может выражаться совет, как в нижеследующем примере 9, где автор употребляет модальный глагол “should” в отрицательной форме:

(9) *Your skin colour shouldn't dictate your future* (Агентство: LOWE GGG, Варшава, Польша).

Совет относится к директивно-суггестивным речевым актам. В примере 9 актуализируется ценность расового равенства. Эмоциональность высказывания достигается с помощью метафоры “dictate your future”.

Итак, в рассмотренных примерах социальной рекламы актуализируются такие ценности, как бережное отношение к природе, безопасность детей, их воспитание, безопасность вождения, расовое равенство. Основными средствами их актуализации являются косвенные речевые акты декларативы и императивы, причем последние представляют собой, главным образом, имплицитно выраженные призывы и советы.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Анисимова Т. В. Жанровая специфика социальной рекламы / Т. В. Анисимова, Н. К. Пригарина // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2018. – № 2 (125). – С. 84–91.
2. Горбачева Е. Н. Языковая экспликация социорефлексивности в оценочных общественных знаках (на материале английского и русского языков) / Е. Н. Горбачева // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2013. – № 7, ч. 2. – С. 180–182.
3. Горбачева Е. Н. Дискурсивная перформативность: признаки, типы, жанры : монография / Е. Н. Горбачева. – Астрахань : Издательский дом «Астраханский университет», 2015. – 304 с.
4. Давыдкина И. Б. К вопросу об идентификации социальной рекламы / И. Б. Давыдкина // Вестник Волгоградского государственного университета. – 2009. – Серия 7. – № 1 (9). – С. 221–223.
5. Деревянко А. Р. Социальная реклама как вид коммуникационной деятельности в современных условиях / А. Р. Деревянко, А. С. Зыбин // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – 2012. – № 7 (15). – С. 1–12.
6. Додукова Е. С. Метафора в системе средств воздействия социальной рекламы (на примере плакатов экологической тематики) / Е. С. Додукова, Т. В. Анисимова // International Journal of Professional Science. – 2019. – № 6. – С. 18–29.
7. Звада О. В. К вопросу об особенностях дискурса социальной рекламы / О. В. Звада, Л. В. Кузнецова // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2019. – Т. 1, № 1. – С. 39–46.
8. Киреев С. И. Дискурс и концептосфера социальной рекламы : автореф. дис. ... канд. филол. наук / С. И. Киреев. – Волгоград, 2008. – 22 с.
9. Кириллова Ю. Н. Экспрессивный потенциал метафоры в современных немецкоязычных текстах социальной рекламы / Ю. Н. Кириллова // Мир науки, культуры, образования. – 2016. – № 6 (61). – С. 408–411.
10. Тихомирова Л. С. Шоковая реклама как разновидность социальной рекламы / Л. С. Тихомирова, Л. Г. Кыркунова, И. П. Мялицина // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2016. – № 6. – С. 138–143.
11. Юрьева Е. В. Когнитивная метафора как основа креолизованного текста социальной рекламы / Е. В. Юрьева // Вестник Волгоградского государственного университета. – 2015. – Серия 2: Языкознание. – № 1 (30). – С. 153–160.
12. Austin J. L. How to do things with words / J. L. Austin. – London : Oxford University Press, 1962. – 167 p.



### Секция 3

## ТЕКСТ КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ИЗУЧЕНИЯ

---

### МАНИПУЛЯТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ В КИТАЙСКИХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ

Осипов Д.В.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** В статье рассматриваются стратегии и тактики вербального и невербального воздействия рекламных текстов (на примере китайского языка), даётся анализ манипуляций, применяемых в рекламных продуктах, выделяются национально-специфические особенности китайской культуры, которые также присутствуют в рекламе.

**Ключевые слова:** коммуникативная стратегия, реклама, манипуляция, китайский язык, лингвокогнитивный подход, стилистические приемы

**Abstract.** The article deals with the strategies and tactics of the verbal and non-verbal impact of advertising texts (Chinese commercials and ads), analyzes the manipulations in advertising products, highlights the nationally specific features of Chinese culture, which are also implemented in advertising.

**Keywords:** Communication strategy, advertising, manipulation, Chinese, linguo-cognitive approach, stylistic devices

На сегодняшний день реклама стала затрагивать не только экономическую, но и социальную, политическую и идеологическую сферы жизни. Данные изменения повлекли за собой значительные перемены в работе СМИ. Это произошло из-за того, что реклама стала играть важную роль в отражении духовных и материальных ценностей, а также в демонстрации их изменений, которые произошли за последние пару десятков лет. Реклама в современном мире может выступать инструментом манипулирования сознанием аудитории, постепенно изменяя ценности в нужное ей русло.

Реклама является своего рода информативным базисом для рекламодателя, руководством к действиям для потребителей в условиях развития экономических отношений и связей в процессе создания конкретного рекламного продукта [Феофанов 2000: 134]. У рекламы есть две основные цели: формирование долговременного устойчивого образа товара и стимуляция сбыта.

Реклама – это особый вид социальной коммуникации, которая осуществляется посредством обмена специально созданных текстов

и визуальных материалов, а также интерпретации её знаков. В этом случае реклама становится и единицей общения, и культурным объектом, который был зафиксирован на носителе. В созданной рекламой реальности существует набор наиболее распространённых моделей поведения. Реклама может оперировать базовыми формами общественного сознания, тем самым манипулируя сознанием индивида. Рекламодатель способен создавать, навязывать и буквально транслировать желаемые модели поведения и взаимодействия, помещая необходимые знаковые образования в рекламное пространство, где находятся и рекламодатель, и потенциальный потребитель [Анурин 2016: 156].

Рекламный дискурс впитал в себя разные сферы социального взаимодействия, поэтому можно проследить его связь с разнообразными видами деятельности человека. Чаще всего коммуникативная стратегия, которая применяется для осуществления воздействия на потенциального потребителя или адресата, влияет на способы и средства прагматической установки рекламного дискурса. Выделяются следующие основные цели рекламного дискурса:

1. Воздействующая – направлена на формирование конкретных стереотипов поведения, на перестройку или даже образование новых ценностных ориентиров в сознании человека.

2. Информационная – направлена на масштабное распространение информации о товарах и услугах, об их особенностях, характеристиках и преимуществах перед конкурентами.

3. Экономическая – направлена на поощрение распространения информации о товарах и услугах.

4. Социальная – направлена на стимулирование связей внутри общества, на формирование общественного мнения о данном товаре услуге, на содействие повышению уровня жизни [Колокольцева 2016: 77–79].

Важно сохранить первоначальную свежесть информации, донести её потенциал, сосредоточив текст в нескольких легко усваиваемых и простых для запоминания словах. Текст рекламы относится к тем видам текстов, которые призваны оказать по возможности более прямое и непосредственное воздействие на аудиторию. В самом построении текстов проявляются языковые закономерности, которые соотносятся с наиболее глубинными слоями сознания:

1. Упрощение синтаксиса – возрастающее количество простых нераспространённых предложений, цепочек фраз номинативного характера.

2. В лексическом плане повышается роль «узкоденотативных знаков» – высокочастотных лексических знаков, обладающих конкретным и высоко эмоциональным в данных условиях содержанием.

3. Грамматические особенности языка рекламы крайне своеобразны. В языке рекламы грамматика уходит на второй план, поскольку

главное в рекламе – достижение смыслового и эмоционального эффекта [Гаран 2016: 15–18].

В рекламных текстах часто применяются синонимы, а также рекламодатели создают броские словосочетания с эмоционально окрашенной лексикой, где даже возможно превышение общезыковых норм. Применяются короткие, ёмкие фразы, которые могут нести большую информативную нагрузку. В некоторых случаях одно слово может заменять собой небольшой текст в рекламе.

Рекламный текст содержит большое количество конкретных фактов, цифр, исследований. Это привлекает внимание потенциальных потребителей и внушает им доверие к товару или услуге. Лучшего эффекта реклама сможет добиться, если цифры так же будут находиться в её заголовке.

Аллюзия – один из эффективных приемов, используемых в рекламном тексте. Это, как правило, названия кинофильмов, произведений искусства, строки из популярных песен, стихов, анекдотов, афоризмов, географические названия.

В целом, сам текст рекламы не должен быть объёмным. Среднестатистический покупатель не захочет тратить много времени на прочтение подробного описания или выслушивания большой лекции насчёт продукта или услуги, которые ему может и не понравиться. Тексты пишутся небольшими, но при этом максимально информативными и демонстрирующими преимущества товара.

Определяющее значение имеет и выбор стратегии и тактики представления товара или услуги в рекламных текстах. За основу могут быть взяты следующие стратегии (прагматическая, коммуникативная, ценностно-ориентированная, мнемотическая, риторическая, стратегия аргументации, стратегия дифференциации, стратегия повышения узнаваемости сообщаемой информации, стратегия согласования языка и образа/картины мира) и тактики (эмоционально-настраивающая тактика, тактика контроля над пониманием, тактика коррекции модели мира, тактика приватизации знаний, тактика переосмысления, тактика риторического вопроса, тактика угрозы, тактика сравнения в пользу манипулятора). Тактика, как совокупность приёмов и форм деятельности, направленных на реализацию конкретных задач стратегии, является её ключевой структурообразующей единицей. Неопределённое количество речевых действий в конкретной ситуации, способствующие реализации намеченной стратегии, являются базой для коммуникативной тактики, «гибкое динамическое использование говорящим имеющихся у него вербальных умений построения речевого хода согласно намеченному плану речевых действий с целью достижения языковой задачи общения, ограниченной рамками речевого взаимодействия» [Иссерс 2008: 65].

Лингвисты часто прибегают к лингвокогнитивному подходу для того, чтобы выявить национально обусловленные и языковые особенности

рекламных текстов. К.С. Думанская выделяет две основные тенденции в КНР: 1) попытка сохранить культурное наследие Китая в условиях всеобщей глобализации и, как правило, частого соприкосновения с западной культурой, 2) набирающее обороты проникновение западной культуры в повседневную жизнь населения страны. Национально-специфические особенности китайской культуры также присутствуют в рекламных текстах: цвета и их значения, культурные символы, традиционная живопись, и вместе с этим знаки, заимствованные из западной культуры [Думанская 2010: 82].

Символика цвета имеет большое значение в китайской культуре и сильно отличается от европейской культуры. Так, например, красный цвет для китайца будет обозначать благополучие, счастье и удачу. Желтый или золотой цвет является символом богатства и власти, так как в древности, одежды с таким цветом мог носить только император. А символом смерти является белый цвет, в отличие от европейской культуры. Зелёный цвет (绿) обладает негативной коннотацией, часто отображает эмоции грусти или злости. Некоторые цветовые обозначения не имеют аналогов перевода в русском языке [Полякова 2015: 89–90].

В китайской рекламе применяется постановка риторического вопроса, в качестве лингвистического приёма. Он заставляет аудиторию невольно обратить внимание на рекламу или задуматься над суждением, а само выражение становится выразительнее. “这样的鱼你敢吃吗?” – «А ты решишься попробовать такую рыбу?». На первом плане изображена тарелка с рыбой, сверху политая нефтью. Посыл данного рекламного сообщения очевиден – мы загрязняем мировые океаны и портим жизнь, убиваем не только океаническую фауну, но и себя, так как все эти продукты нашей же жизнедеятельности в итоге попадают к нам на стол. Другим примером риторического вопроса является реклама по защите водных ресурсов страны: “当饮用水变为奢侈品 · 谁来买单?” – «Скоро питьевая вода станет драгоценной, а кому расплачиваться-то?». В приведенных примерах при использовании риторической стратегии происходит приватизация знаний. Реклама как бы вынуждает реципиента приходить к выводу, и решить якобы самостоятельно, что следует поменять образ жизни и прекратить загрязнять океаны. Риторический аспект речевых действий предусматривает максимальную приемлемость стратегических целей говорящего, он связан с приемами убеждения, аргументации, привлечения внимания.

Параллелизм также характерен для китайских рекламных текстов. Данный синтаксический прием помогает достигнуть гармонии слогов и увеличить эмоциональное воздействие. Рекламные тексты, в которых используются параллельные конструкции, легче запоминаются. Ярким и простым примером использования параллелизма служит реклама

керамических изделий: “故乡的云 · 故乡的泥” – «Родной Юньнань, родная глина». Соблюдается синтаксическая конструкция «опред + подл», где определением в обоих случаях выступает слово “故乡” – «родные (места)», а в качестве подлежащих выступают слова “云” – «сокр. пров. Юньнань» и “泥” – «глина». В данном случае используется стратегия согласования языка и образа и эмоционально-настраивающая тактика.

Одним из самых распространённых языковых приёмов является использование фразеологизмов. Устойчивые выражения отражают реалии китайской действительности. “老人养生切勿临时“抱佛脚”，日常养护才重要” – звучит в рекламе лекарственных препаратов, которые улучшают работу сердца. Переводится как «Пожилые люди не должны сводить заботу о своем здоровье к тому, чтобы лишь «припадать к ногам Будды» в трудный момент, о здоровье надо заботиться каждый день». Использованный фразеологизм “抱佛脚” внушает китайскому потребителю, что рекламируемое лекарство эффективнее молитвы, его нужно использовать регулярно. В данном случае применяется ценностно-ориентированная стратегия.

Особым приемом в китайском рекламном тексте является «игра иероглифов». Разделяют два основных типа «игры иероглифов». К первому типу относятся изобразительные иероглифы, в которых схематично изображен предмет, несущий в себе основной смысл. Вторым же типом является «игра слов». Слоганом рекламы Фэньянской водки выступала фраза “喝酒必汾，汾酒必喝”，которая переводится как «Если пить водку, то только из уезда Фэньян; если это Фэньянская водка, то обязательно пить». Таким образом, обыгрывается фраза “分久必合，合久必分”，которая является цитатой фразы из классического китайского романа «Троецарствие»: “话说天下大势 · 分久必合，合久必分” – «Как говорится, мировая тенденция такова, что после длительного разделения должно произойти объединение, а после длительного единения – разделение». В данном случае применяется стратегия позиционирования, заключающаяся в присваивании оценочных знаний.

В связи с тем, что в последнее время между Китаем и Европой налаживаются попеременно хорошие политические и экономические взаимоотношения, происходит также и проникновение европейской культуры в повседневную жизнь и в китайскую культуру в целом. Из европейской культуры постепенно переходят символы, знаки и стили какой-либо деятельности. Данные культурные изменения отражаются в рекламе и рекламных текстах. Например, “奶茶时代已Out! 酸奶时代已到！” – «Эпоха молочного чая прошла! Эпоха йогурта настала!». Первая фраза рекламного текста заканчивается на английское слово “Out”.

В данном примере используется ранее упомянутый параллелизм. Применяется тактика сравнения в пользу манипулятора.

Возможна не только непосредственно замена каких-либо китайских синтаксических элементов на аналогичные английские, но и дублирование китайского высказывания на английском языке. Например, в тексте: “毒品, 将让你失去所有. Drugs, will make you lose all” – «Употребляя наркотики, ты потеряешь всё в этой жизни» отслеживается стратегия акцентирования внимания – тактика угрозы. Еще одним примером является призыв отказаться от злоупотребления табачной продукцией и алкоголя. “吸烟有害健康 – Smoking is harmful to health” – «Курение вредит здоровью». В данных рекламных текстах используется прагматическая стратегия – эмоционально настраивающая тактика.

При составлении рекламных текстов применяются как лингвистические (вербальные), так и экстралингвистические (невербальные) способы манипуляции. К основным лингвистическим приемам можно отнести игру слов и иероглифов, рифмовку, риторический вопрос, фразеологизмы, метафоры, параллелизм. К основным экстралингвистическим приемам – использование символики цвета, английский язык и стилизация под традиционное письмо. Частотность применения тех или иных стратегий и тактик манипулирования зависит от сферы, которую затрагивает реклама. Социальная реклама чаще использует ценностно-ориентированную стратегию и тактику запугивания. Реклама, направленная на распространение информации о бизнес-сфере, часто использует тактику контроля над картиной мира.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Анурин В. Маркетинговые исследования потребительского рынка / В. Анурин, И. Муромкина, Е. Евтушенко. – СПб. : Питер, 2016. – 272 с.
2. Гаран Е. П. Основные особенности рекламного текста / Е. П. Гаран // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 40. – С. 15–18.
3. Думанская К. С. Лингвистические и культурные особенности печатной и наружной социальной рекламы в Китае / К. С. Думанская // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика. – 2010. – Т. 8, вып. 1. – С. 82–91.
4. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с.
5. Колокольцева Т. Н. Рекламный дискурс и рекламный текст : коллективная монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева. – М. : ФЛИНТА, 2016. – 296 с.
6. Полякова Е. А. Цветовая символика Китая: лингвокультурологический аспект / Е. А. Полякова // Международный научно-исследовательский журнал. – 2015. – № 10 (41), ч. 5. – С. 89–90.

7. Феофанов О. А. Реклама: новые технологии в России / О. А. Феофанов. – СПб. : Питер, 2000. – 227 с.

## КОММУНИКАТИВНАЯ ИМПОЗИТИВНОСТЬ В РЕГИОНАЛЬНЫХ ПУБЛИКАЦИЯХ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ (НА МАТЕРИАЛЕ САЙТА 74.RU)<sup>1</sup>

Кожухова И.В.  
Челябинск, Россия

**Аннотация.** В статье приводится анализ наиболее продуктивных тактик реализации (аггравации) коммуникативной импозитивности в региональных СМИ. В зависимости от адресата комментария весь материал был разделен на три группы, в рамках каждой из которых были определены характерные тактики. Статья завершается обобщенными итогами.

**Ключевые слова:** интернет-комментарий, импозитивность, аггравация, коммуникативное давление

**Abstract.** The article provides the analysis of the most productive tactics of imposition aggravation in the local digital media. Depending on the addressee the data were subdivided into three groups within each of which the most characteristic traits were described. The article ends with generalized conclusions.

**Keywords:** Internet comment, imposition, aggravation, communication pressure

Аггравация коммуникативной импозитивности – усиление коммуникативного давления традиционно рассматривается в разговорном (соответственно, и в художественной литературе) и академическом дискурсах. Развитие интернет-коммуникации открыло новые перспективные направления исследования данной категории: работа над анализом коммуникативных стратегий и тактик различного типа продуктивно ведется в рамках различных видов компьютерно-опосредованного общения. В рамках данной работы продолжим исследование реализации продуктивных моделей категории коммуникативной импозитивности в русском языке в региональных СМИ. Интерес представляют частоиспользуемые языковые и неязыковые (напр., графические) модели усиления коммуникативного давления, выделение адресата импозитивных высказываний (непосредственно комментаторы новости и опосредованные участники коммуникации). К методам исследования отнесем общенаучные анализ и синтез, прием

---

<sup>1</sup> Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Челябинской области в рамках научного проекта № 20-412-740001.

сплошной выборки, а также метод прагмалингвистического описания материала.

За основу были использованы две публикации экологической направленности на региональном портале 74.ru: «Роспотребнадзор проверил воду в Смолино, Шершнях и на Первом озере» от 16 июля 2021г. и «Отдыхающим запретили купаться на главном пляже озера Тургояк» от 14 июля 2021г. Обе публикации идут под общими темами «Пошла жара», связанной с аномально высокой температурой воздуха и «Здоровье», суммарно публикации получили 236 комментариев. Обе статьи можно также объединить под одну гиперонимичную, актуальную для региона тему экология. Актуальность данных публикаций для анализа комментариев пользователей вызвана важностью тематики: водоемы, находящиеся в черте города (Смолино, Шершни, Первое озеро) имеют бесплатные городские пляжи и пользуются популярностью среди городского населения, а озеро Тургояк традиционно считается «младшим братом Байкала», «жемчужиной Южного Урала», вода в озере отличается чистотой и прозрачностью.

По направленности все импозитивные комментарии нашего материала исследования можно разделить на три типа в зависимости от адресата:

1. Адресат – областное правительство (сюда мы включаем депутатов, Министерство экологии, а также Роспотребнадзор и др. инстанции);
2. Адресат – владельцы земельных участков/предприятий в прибрежной зоне, предположительно сливающие отходы в озеро;
3. Адресат – другой комментатор.

Рассмотрим продуктивные приемы в рамках каждой из групп.

Самая многочисленная группа – адресат – областное правительство. В первую очередь выделяются аггравирующие импозитивность приемы, направленные на заместителя министра экологии области. Так, наиболее продуктивные приемы следующие:

– использование диминутива, в нашем случае в сочетании с контекстуально-уничижительной лексикой, а также лексикой, указывающей на излишества:

*Виталька – местный шут (здесь и далее орфография и пунктуация сохранены. – И.К.);*

*Виталька то на белом мерси приедет, то на черном;*

В данных примерах имя собственное используется в уменьшительно-ласкательной форме с контекстуально-уничижительным смыслом. Аггравация импозитивности также реализуется за счет лексем «шут» (человек, развлекающий толпу) и союзом «то», объединяющим однородные члены предложения, маркирующие несколько элементов с одним признаком.

– использование гоноратива контекстуально также может иметь аггравирующий коммуникативную импозитивность эффект:



Господин санитарный врач только может запретить купаться, а в чистейшее когда-то озеро пусть и дальше льют фекалии;

– аггравация импозитивности за счет контраста: противопоставление, антитеза:

А ведь сколько про сбросы канализации говорили, кто сбрасывает указывали, но нет, у гражданина Безрукова все цветет, это не г..но, это пыльца, да да...

Почти всем жителям Миасса это известно, уже три четыре года эта проблема. А Росприроднадзор не догадался...

Использование противительного союза «а», синтаксическое и лексическое противопоставление «это не ..., это...»; импозитивный эффект носят и ремарки относительно длительности – «три четыре года эта проблема», «да да», создающие саркастический/комический эффект. Антитеза нередко сама по себе создает комический эффект:

«Специалисты регионального Роспотребнадзора проверили качество воды озер Первое и Смолино, а также Шершневского водохранилища. Лабораторные исследования показали, что купаться нельзя в последнем.» Купаться нельзя, хорошо хоть пить можно...

Купаться запретили, а какашки сливать? Нет не запретили. Не удивили.

В данном случае мы видим контраст между «купаться» и «пить», традиционно считается, что вода для питья должна быть чище воды для купания, в примере выше ситуация наоборот. Искривленная логика также видна и во втором примере, где «купаться» предстает противоправным действием, а «какашки сливать» – разрешенным, легальным.

– аггравация импозитивности за счет группы риторических вопросов, усиливающих прагматический эффект высказывания, используемый в качестве риторического приема:

Неужели сами не стыдно пресмыкаться и бояться? Зачем занимать должность, пост, если трус и боишься отстаивать закон? Одно озеро знаковое и то не могут упорядочить хаос на берегах.

А причину назвали? Откуда эти фекалии там появились и как будут с ними бороться? Запретить купаться проще всего, а дальше?

А где проверка прокуратуры за массовое нанесение вреда здоровью? Где официальное указание источников инфекции? Где меры по устранению загрязнения чистого озера?

Сколько времени уже про Тургояк разговоры идут. И что? Хоть одну базу вздрючили за нарушение нормативов водопользования? Или собственников коттеджей обязали ЛОС поставить?

В целом анализ интернет-комментариев показывает, что группа риторических вопросов является продуктивным средством аггравации коммуникативной импозитивности независимо от тематики публикаций и адресата комментария.

– использование негативно-окрашенной лексики:

В его кругах копрофилов принято говно называть пыльцой;

*Где же другого клоуна найти?*

*А что так? Как говорит один врунишка, это всего лишь сине-зеленые водоросли. Или все-таки какахи?*

Примеры выше не просто иллюстрируют негативно-окрашенную/уничижительную лексику (в т.ч. контекстуально), но и соотносят ее непосредственно с адресатом комментария, усиливая агрессию.

Вторая группа импозитивных комментариев «Адресат – владельцы земельных участков/предприятий в прибрежной зоне, предположительно сливающие отходы в озера» чаще всего идентифицируется в статье про озеро Тургояк. Наиболее частотной тактикой является негативная номинация:

*Эти свины так ничего непоймут и будут продолжать каналью сливать в озеро.*

*Гадит Золотой пляж.*

*Золотой пляж спускает элитное фуфло из канализации отеля*

*При коммунизме, Миасс был чистый. И все озера были, просто коммунисты меньше хоили в туалет. А современные буржуи жрут в три горла, вот все и засрало.*

*И дальше все загадили. Увильды даже не островах горы мусора и в воде плавает г...о. Бизнес новый устроили яхт клуб «Мираж» катает на яхтах, с ночевками на островах, бизнес в заповеднике.*

*Вот и тургояк засрало, уроды, стоками своими*

*Подумаешь насливали какашек в озеро с коттеджей, это жизнь, может у хозяига денег нет на вывод дерьма? А вы не графья, лопатку взяли, какахи от себя подальше оттолкнули и плавайте на здоровье!!*

В данных примерах лексемы с негативной коннотацией служат не только идентификации адресатов комментария, но создают негативный фон для всего комментария.

– усиление импозитивности происходит за счет интонации, которая на письме выражается группой восклицательных предложений (эмоциональная пунктуация):

*На Солнечном пляже купаться нельзя, канализацией воняет!!! Труба канализационная лежит рядом с пляжем и нет никому об этом дела!!!*

*Так эта труба вначале у них на пляже и лежала)) года три четыре назад они ее за забор вывели с глаз долой как говорится)))*

Третья группа «Адресат – другой комментатор» не является частотной, примеры данной группы единичны, что вызвано, безусловно, тематикой проблемы и ответственных за ее появление/устранение лиц. Недостаточное количество примеров не позволяет сделать обобщенные выводы, отметим, что используемые тактики включают:

– ты-общение и подчеркивание своего авторитета различными лексическими способами:

*А тебе еще рожать...деточка.*

В данном случае комментатор подчеркивает свое превосходство не только ты-общением, но и снисходительным обращением «деточка» и указанием на возраст «еще рожать». Саркастический тон проявляется в использовании многоточия – «паузы».

В целом, тактика ты-общения в рассматриваемых комментариях не является продуктивной, наиболее ярко выделяется использование пунктуационных знаков в риторических, эмфатических целях, имитирующих просодические особенности коммуникации:

*А это, че, рашпотребпозор уполномочен и располагает в собственном штате врачей эпидемиологов? И лаборатории то у них пойдти есть? Вы еще асфальт на зуб попробуйте и заключение дайте официально.*

Данный пример нельзя назвать в прямом смысле импозитивным, уничижительная номинация «рашпотребпозор» не относится к адресату комментария, относительная импозитивность достигается за счет противопоставления официального заключения, выполненного непрофессиональными методами – антитеза «на зуб попробуйте» и «дайте официально заключение».

Еще одной используемой тактикой становится вербализация границ: адресант в своем комментарии использовал тактики коммуникативного сближения, адресат указывает на необходимость коммуникативного дистанцирования:

*Да счас...вы можете только рекомендовать!!! А купаться мне или нет, я как нибудь сама решу.*

Уничижительная и контекстуально-уничижительная лексика, намеренные графоны – частый прием для аггравации коммуникативной импозитивности интернет-комментария:

*Сама чьего скотного двора будешь? При какой должности состоишь, кухарка, али только жина конюха?*

Резюмируя полученные результаты, можно утверждать, что наиболее частотным и общим приемом аггравации импозитивности в рассматриваемом материале независимо от адресата, можно считать негативную номинацию адресата, а также использование (контекстуально-) уничижительной лексики. В комментариях, адресованных опосредованным адресатам, частотны гоноративы (также контекстуально-уничижительные), диминутивы, противопоставления и антитезы. Нередко использование группы риторических вопросов носит импозитивный характер, а комментарии с эмфатической пунктуацией (чаще всего – восклицательные знаки) отражающие просодические особенности комментария. Несколько отличными от полученных результатов являются особенности в выражении комментариев непосредственным адре-

сатам: в данном случае аггравирующими являлись ты-конструкции, неоправданные тактики коммуникативного сближения, а также графоны.

## ЛИТЕРАТУРА

1. «Роспотребнадзор проверил воду в Смолино, Шершнях и на Первом озере». – Режим доступа: <https://74.ru/text/health/2021/07/16/70029302>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 29.07.2021).

2. «Отдыхающим запретили купаться на главном пляже озера Тургояк». – Режим доступа: <https://74.ru/text/health/2021/07/14/70024055>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 29.07.2021).

## ВЕРБАЛЬНЫЕ ИНДИКАТОРЫ МЕТАКОГНИТИВНЫХ ЯВЛЕНИЙ В НАУЧНОМ ТЕКСТЕ

Дроздова Т.В.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** В статье рассматривается вопрос языковой репрезентации в научном тексте осознаваемых ментальных действий автора текста с когнитивным содержанием его сознания, или имеющимися знаниями. Наряду с эксплицитными маркерами ментальных репрезентаций предлагается выделять языковые средства, имплицитно указывающие на метакогнитивные феномены. Приводятся примеры таких средств, обозначаемых в статье как «вербальные индикаторы».

**Ключевые слова:** метакогниция, ментальная репрезентация, лингвистические метарепрезентации, импликация, инференция, знание

**Abstract.** The article deals with the issue of metacognitive phenomena verbal representing which accompanies scientific texts generating. It is suggested that not only explicit markers of mental representations can be found in such texts, but verbal means implicitly referring to them as well. Some of the latter termed in the article as "verbal indicators" are described.

**Keywords:** metacognition, mental representation, linguistic metarepresentations, implication, inference, knowledge

Предлагая в данной работе подход к языковому материалу научного текста с позиций когнитивной лингвистики, напомним, что когнитивный подход к языку начал развиваться в рамках когнитивной науки, которая определяет своим предметом устройство и функционирование базы знаний человека. Развивая идеи представителей предшествующих поколений о связи языка и психики человека (К.В. фон Гумбольдт, Х. Штейнталь, А.А. Потебня, Л.В. Щерба и др.), когнитивная лингвистика

(называемая также «когнитивная грамматика» или «когнитивная семантика») на современном этапе ее развития ставит в центр внимания, как отмечает Е.С. Кубрякова, вопрос о том, как ментальные структуры репрезентации знаний (ментальные репрезентации) представлены в языке, и каково взаимное влияние ментальных и языковых феноменов [Кубрякова 2004, 2009].

Методологическая база когнитивных исследований, обеспечивающая возможность доступа к ненаблюдаемым ментальным феноменам – концептуальной картине мира, отдельным концептам, ментальным моделям и др. – через анализ репрезентирующих эти феномены языковых единиц формируется исходя из понимания сложности и разветвленности когнитивной науки, т.е. характеристик, которые служат «поводом называть эту науку "зонтиковой"» [Кубрякова 1996: 4]. Анализируя когнитивные процессы и механизмы получения знаний об окружающем мире и предметах мыслительной деятельности, принципы ментальной организации и систематизации результатов когнитивного познания, когнитивная лингвистика обращается к понятиям различных научных областей, но в первую очередь – психологии, теории информации, семиотике, философии (гносеологии и эпистемологии).

Одним из таких понятий, используемым в смежных науках, является понятие «когниция», которое в когнитивной лингвистике рассматривается как непосредственное (или опосредованное специальными приборами) восприятие, осмысление, переработка и систематизация мозгом индивида сенсорной информации в процессе обыденного или научного познания, ее преобразование в различные ментальные (когнитивные) форматы. Именно когниции, как подчеркивает Е.С. Кубрякова, и служит язык, обеспечивая языковое оформление результатов познания, их объективацию в соответствующие языковые формы, объединяя разные структуры знания в определенные целостные единства – форматы знания [Кубрякова 2009]. Об особой роли языка в репрезентации когнитивных форматов хранения знания свидетельствуют многочисленные исследования представителей когнитивного направления лингвистики (см. например [Типы знаний ... 2007], [Взаимодействие ... 2010], [Когнитивные ... Вып. XXXIX 2019] и др.).

В указанном выше смысле понятие когниции связано в когнитивной психологии и когнитивной лингвистике с первичным использованием познавательных процессов (когниция первого уровня). В то же время индивид не только получает информацию, увеличивая базу своих знаний, но и систематизирует ее, интерпретирует, оценивает, вербализует/объективирует и использует с различными коммуникативными целями. Такая осознанная или неосознаваемая ментальная деятельность с базой знаний рассматривается в когнитивной психологии как когниция второго уровня, «знание о знании» или «метакогниция», обуславливающая когнитивную деятельность первого уровня. Д.Х. Флейвелл определял метакогницию как взаимодействие четырех классов

явлений: метакогнитивного знания (*metacognitive knowledge*), метакогнитивного опыта (*metacognitive experience*), целей, или задач (*goals (or tasks)*) и действий, или стратегий (*actions (or strategies)*) [Flavell 1979: 906].

В настоящее время под метакогницией понимается осознание и управление мыслительной деятельностью (в том числе мыслительные операции со знанием, метакогнитивные процессы), а также метакогнитивные состояния, способности, стратегии (см. [Hacker 1998], [Veenman et al. 2004], [Литвинов, Иволина 2013], [Рябцева 2015] и др.). Анализ языковых данных с точки зрения информации, поступающей к субъекту в процессе восприятия устного сообщения или чтения письменного текста показывает, что целый ряд вербальных средств эксплицитно репрезентируют или имплицитно репрезентируют различные метакогнитивные феномены. При этом данные языковые средства, как отмечает Н.К. Рябцева, могут не только репрезентировать метакогницию, но и синкретично содействовать реализации коммуникативных стратегий и тактик, выступая в сочетании с другими семантически значимыми компонентами речи [Рябцева 2017].

Ставя целью данной статьи дать общее представление об указанных вербальных средствах и дополнить имеющиеся данные, мы основываемся на мнении, что научный дискурс в целом и научном тексте в частности представляют собой «самую показательную область сознательной рефлексии, причем когнитивной и коммуникативной одновременно, синкретично» [Рябцева 2005: 456]. Это объясняется тем, что, с одной стороны, научное познание не начинается с чистого листа, и лингвоментальная деятельность субъекта в данной сфере с полным основанием может рассматриваться в аспекте репрезентации «знания о знании». С другой стороны, представление результатов научного познания в тексте, авторской точки зрения по определенному вопросу, как правило, сопровождается референцией его автора к своему ментальному миру, самосознанием, саморефлексией (метакогнитивной рефлексией), интроспекцией, понимаемой в лингвистике как «любое обращение к своему сознанию как к источнику фактов и аргументов для коммуникации или лингвистических исследований» [Тимофеева 2015: 36]. О метакогнитивной рефлексии предлагается говорить и как об «осмыслении и оценке различных видов и форм знаний и состояний когнитивной системы человека и результатах ее функционирования» [Топорова 2015: 744]. Таким образом, благодаря данному явлению адресату научного текста (равно как и лингвисту-исследователю) предоставляется определенный доступ к мыслительным процессам автора, логике его рассуждений и др., т.е. к метакогнитивному уровню его ментальной деятельности.

Обращение автора к определенным вербальным средствам обеспечивает адресату научного текста (а также исследователю текста) понимание того, какие метакогнитивные процессы, состояния,

способности и стратегии были активированы автором в процессе решения задачи порождения соответствующего речемыслительного произведения [Дроздова 2015, 2016]. Такие средства были установлены исследователями с опорой на семантический, контекстуальный и смысловой типы анализа, и на операцию инференции. В первую очередь эти средства представлены абстрактными именами с когнитивной семантикой, ментальной (или субъектной) лексикой, ментальными перформативными высказываниями с глаголами, обозначающими ментальные процессы, операции, состояния, в том числе и теми единицами языка, которые употребляются в тексте в переносном значении [Рябцева 2005]. В перформативных высказываниях (или предложениях с перформативными глаголами) обязательно наличие пропозиционального актанта, поскольку ментальное действие должно иметь определенный объект: мысль, суждение и т.п.

Рассматривая подобные единицы с учетом способа экспликации смысловых отношений метарепрезентирования, Т.А. Клепикова выделяет фонетические, лексические и синтаксические маркеры, обозначаемые ею как лингвистические метарепрезентации ментальных репрезентаций, или языковые форматы представления знания об осознаваемых ментальных состояниях. При этом автор указывает, что ономаσιологической функцией лингвистических метарепрезентаций «является номинация когнитивной ситуации передачи содержания когниции, перцепции, речи» [Клепикова 2008: 5]. К наиболее типичным синтаксическим средствам указанный автор относит сложноподчиненные придаточные предложения с сентенциональным компонентом (ср. [Рябцева 2005]).

Соглашаясь с указанными выше авторами относительно определения репертуара средств эксплицитного выражения языковой метарепрезентации, соотносящейся с ментальной метарепрезентацией, мы полагаем, что на основании операции инференции можно установить и иные вербальные средства, которые в научном тексте выступают средством имплицитирования определенных метакогнитивных феноменов, эксплицируя при этом элементы содержания базы знаний автора научного текста, относительно которой и реализуется действие метакогниции. Подтверждение высказанной точке зрения мы усматриваем в следующем утверждении: «связь между метакогнитивными состояниями субъекта, языком, речевой деятельностью и познанием проявляется во множестве лингвистических явлений, которые показывают, какие знания о собственном когнитивном мире и когнитивном мире окружающих человек вложил в язык и использует в речи в различных коммуникативных и познавательных целях» [Рябцева 2017: 85].

Мы предлагаем рассматривать вербальные средства, имплицитирующие соответствующие метакогнитивные явления, как индикаторы таковых. Нередко такие средства используются в комбинаторике с различными эксплицитными маркерами ментальных метарепрезентаций.

При этом соблюдается не только принцип «единства лексического и синтаксического способов метарепрезентирования» [Клепикова 2008: 13], но и принцип эксплицитного и имплицитного реферирования к метакогнитивному уровню ментальной деятельности субъекта. Приведем ниже примеры таких индикаторов с указанием имплицитных ими метакогнитивных феноменов. Эмпирическим материалом послужат здесь упомянутая выше статья Д.Х. Флейвелла [Flavell 1979] и работа Д. Герэртса [Geeraerts 2006], выбранные нами произвольно.

Индикатором элементов сформировавшегося в ходе научной деятельности содержания базы знаний (концептуальной системы) автора научного текста, наличие которых он интроспективно осознает (метакогнитивная осведомленность) и с которыми осознанно осуществляет различные ментальные операции является употребление в тексте прецедентных имен, таких как: фамилии классиков и получивших известность современных автору ученых (в том числе представленные в тексте в виде ссылок и сносок), названия научных течений/направлений, школ, научных трудов, научных теорий и т.д.: "An existing tradition tended to impose a distinction between the level of language structure and the level of language use – in the terms of Ferdinand de Saussure (generally known as the founder of modern linguistics), between *langue* and *parole*" [Geeraerts 2006: 6].

Отметим, что в приведенном авторском утверждении вербальные индикаторы имплицитно также следующие метакогнитивные способности автора текста:

- осуществлять сопоставление (сравнение) предшествующих и/или современных тенденций в науке, сложившегося положения дел (existing tradition); ср. также: "...Cognitive linguistics is not the only linguistic approach focusing on meaning: there are diverse forms of functional approaches to language that go in the same direction" [там же: 3];

- владеть и осмысленно употреблять научную терминологию разных научных течений, соотносить оригинальные термины с их эквивалентами в родном языке (language structure, language use, in the terms of Ferdinand de Saussure, *langue* and *parole*); ср. также: "Terminologically speaking, we now need to make a distinction between Cognitive linguistics (the approach represented in this reader), and uncapitalized cognitive linguistics – referring to all approaches in which natural language is studied as a mental phenomenon" [там же: 3];

- способность осуществлять интроспективное реферирование к базе коллективного знания в поисках оценки значимости тех или иных персоналий, научных теорий, научных трудов и др., осмысливать (и, возможно, интерпретировать), осознанно выражать свое согласие или несогласие с этой оценкой (generally known as the founder of modern linguistics); ср. также: "This way of thinking about metaphor was introduced in George Lakoff's and Mark Johnson's book *Metaphors we live by* of 1980, a book that has achieved something of a bestseller status" [там же: 11].



Индикатором осмысления на уровне метакогниции формирующегося в процессе научного познания знания, когнитивных процессов обработки получаемой информации может служить описание какого-либо эксперимента, перечисление последовательности действий, этапов исследования, цитирование соответствующих научных трудов (в том числе собственных работ автора научного текста) с целью сравнения или сопоставления нового и известного (в том числе, как и в предыдущем случае, импликация содержания известного знания через ссылки и сноски) и др.

Так, в начальной части статьи Д.Х. Флейвелла (со ссылкой на соответствующую работу) приводится описание проводившегося им и его коллегами эксперимента по выявлению способностей к запоминанию детей дошкольного и младшего школьного возраста (в связи с ограниченным объемом статьи мы приведем лишь небольшой фрагмент этого описания): "Preschool and elementary school children were asked to study a set of items until they were sure they could recall them perfectly (Flavell, Friedrichs, & Hoyt, 1970) ..." [Flavell 1979: 906].

Репрезентируемое описание содержания, хода и результатов эксперимента является содержанием информации, которая изначально была получена как результат метакогнитивной способности исследователя определять научную проблему, ставить задачу, выбирать средства и способы ее решения для получения какого-либо результата. В то же время, эта информация (т.е. результат проведенного эксперимента) явилась основанием для осмысления, выводов, дальнейшего планирования исследования или разработке на ее основе практических рекомендаций и т.п. Свидетельством метакогнитивных способностей к интроспективному анализу хода своей познавательной деятельности, осмыслению результатов исследования служат в тексте, например, синтаксические эксплицитные маркеры ментальных метарепрезентаций, включающие лексику когнитивной семантики: "Results such as these have suggested that young children are quite limited in their knowledge and cognition about phenomena ..." или: "Investigators have recently concluded that metacognition plays an important role in oral communication of information ..." [там же].

Дальнейший анализ смыслового содержания и вербальных средств рассматриваемой статьи показывает, что мы можем обнаружить вербальные свидетельства действия метакогниции в двух плоскостях/аспектах: во-первых, в аспекте рефлексии мыслительной деятельности, связанной с метакогнитивными стратегиями по активации когнитивных процессов концептуализации и категоризации полученной информации и метакогнитивных способностей осуществления контроля познавательной деятельности и постановки последующих целей и задач исследования, обусловленных осмыслением полученных результатов. Во-вторых, это аспект создания самого научного текста как речемыслительного произведения особого типа, что требует

метакогнитивного осмысления знания об организации/архитектонике научной статьи, соотнесения этого знания с планируемой авторской логикой последовательности изложения информации (реализацией авторского замысла представления научного знания/информации или собственного мнения по определенному вопросу). Этот аспект связан и с активацией языковой когниции.

В первом случае содержание когниции может быть, с одной стороны, репрезентировано посредством эксплицитных маркеров (подчеркнуто нами): "This model suggests the existence of a number of possible developments that researchers might find it worthwhile to investigate" [Там же: 909]. С другой стороны, индикатором, имплицитующим метакогнитивную способность активировать когнитивный механизм концептуализации полученной информации может служить, например, дефиниция предлагаемого автором научного понятия (т.е. вербальная репрезентация содержания научного концепта): "Metacognitive experiences are any conscious cognitive or affective experiences that accompany or pertain to any intellectual enterprise" [Там же: 906].

Во втором случае индикаторами метакогнитивной работы с имеющимся знанием и метакогнитивной способности интроспективно просмотреть ход своей познавательной деятельности с целью определения последовательности фрагментов текста, репрезентирующей результаты метакогниции, будут подзаголовки структурных частей текста, например в соответствии с предложенной М. Каргилл и П. О'Коннором конвенционализированной структурой статьи, обозначаемой AIR-DaM/AIM(RaD)C (Abstract, Introduction, Results, Discussion and Methods / Abstract, Introduction, Methods, (Results and Discussion), Conclusion [Cargill, O'Connor 2009]. Или же, как в статье Д.Х. Флейвелла, подзаголовки, указывающие тематическое содержание соответствующего раздела или подраздела статьи: *A model of Cognitive Monitoring, METACOGNITIVE KNOWLEDGE, METACOGNITIVE EXPERIENCES, Developmental and Educational Implications* [Flavell 1979]. Заметим, что такими же индикаторами являются, с нашей точки зрения, и лексические единицы, обозначающие последовательность репрезентации информации (содержания когниции) автором текста: first, second, finally, etc.

Завершая краткое изложение идеи о вербальных индикаторах метакогнитивных феноменов в научном тексте, необходимо подчеркнуть, что данный вопрос требует своего дальнейшего изучения как в плане выявления всех возможных средств, выступающих в роли таких индикаторов, так и с точки зрения определения соотношения метакогнитивных процессов, состояний и способностей и соответствующих языковых средств их имплицитного репрезентирования.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Взаимодействие мыслительных и языковых структур: собрание научной школы : мат-лы Всерос. науч. конф. 28 мая 2010 г. / отв. ред. Н. Н. Болдырев – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р.Державина, 2010 – 254 с.
2. Дроздова Т. В. Создание научного текста как задача метакогнитивного характера / Т. В. Дроздова // Когнитивные исследования языка, 2015. – Вып. XXI. – С. 58–63.
3. Дроздова Т. В. Что говорит научный текст о метакогнитивных способностях его автора / Т. В. Дроздова // Когнитивные исследования языка, 2016. – Вып. XXVII. – С. 408–415.
4. Клепикова Т. А. Типология лингвистических метарепрезентаций / Т. А. Клепикова // Вопросы когнитивной лингвистики, 2008. – № 3. – С. 5–15.
5. Когнитивные исследования языка Вып. XXXIX: Репрезентация специальных знаний в языке : сб. науч. тр. – Тамбов : Издательский дом ТГУ им. Г. Р. Державина, 2019 – 397 с.
6. Кубрякова Е. С. Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики / Е. С. Кубрякова // Вопросы когнитивной лингвистики, 2004. – № 1. – С. 6–17.
7. Кубрякова Е. С. В поисках сущности языка: вместо введения / Е. С. Кубрякова // Когнитивные исследования языка. Вып. IV. Концептуализация мира в языке: колл. монография / гл. ред. сер. Е. С. Кубрякова, отв. ред. вып. Н. Н. Болдырев – Тамбов : Издательский дом ТГУ им. Г. Р. Державина, 2009. – С. 11–24.
8. Кубрякова Е. С. Предисловие / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Л. Г. Лузина, Ю. Г. Панкрац // Краткий словарь когнитивных терминов под общей ред. Е. С. Кубряковой – Москва : Изд-во филологич. факультета МГУ им. М. В. Ломоносова, 1996. – С. 3–10.
9. Литвинов А. В. Метакогниция: Понятие, структура, связь с интеллектуальными и когнитивными способностями (по материалам зарубежных исследований) / А. В. Литвинов, Т. В. Иволина // Современная зарубежная психология, 2013. – № 3. – С. 59–70.
10. Рябцева Н. К. Язык и естественный интеллект / Н. К. Рябцева. – М. : Academia, 2005 – 640 с.
11. Рябцева Н. К. Метакогнитивные состояния в языке и речи / Н. К. Рябцева // Научный диалог. – 2017. – № 5. – С. 83–95.
12. Тимофеева М. К. Интроспекция в лингвистике и в языке / М. К. Тимофеева // Вопросы языкознания. – 2015. – № 6. – С. 33–53.
13. Типы знаний и их репрезентация в языке: сб. науч. тр. / отв. ред. Н. Н. Болдырев. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2007. – 311 с.
14. Топорова В. М. Метакогнитивная рефлексия: аспекты языковой репрезентации / В. М. Топорова // Когнитивные исследования языка. – 2015. – Вып. XXIII. – С. 743–751.

15. Cargill M. Writing Scientific Research Articles: Strategy and Steps / M. Cargill, P. O'Connor – NY. : Wiley-Blackwell, 2009. – 173 p.
16. Flavell J. H. Metacognition and cognitive monitoring: A new era of cognitive developmental inquiry / J. H. Flavell // American Psychologist. – 1979. – Vol. 34/10. – P. 906–911.
17. Geeraerts D. A rough guide to Cognitive Linguistics / Dirk Geeraerts // (Cognitive Linguistics: Basic Readings. D. Geeraerts (ed.) – Berlin : Mouton de Gruyter, 2006. – P. 11–28.
18. Hacker D. J. Metacognition: Definitions and empirical foundations / D. J. Hacker // Metacognition in Educational Theory and Practice / Ed. by D. J. Hacker, J. Dunlosky, A. C. Graesser. – Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1998. – P. 1–24.
19. Veenman, M. V. J. The relation between intellectual and metacognitive skills from a developmental perspective / M. V. J. Veenman, P. Wilhelm, J. J. Beishuizen // Learning and Instruction. – 2004. – Vol. 14. – P. 89–109.

## ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ СОДЕРЖАНИЯ ПОНЯТИЯ ТЕАТРАЛЬНОСТИ

**Илова Е.В.**  
**Астрахань, Россия**

**Аннотация.** Статья представляет обзор точек зрения на трансполяцию театральности на социальные сферы, поддерживаемых представителями различных наук, включая лингвистику. Статья показывает, что речевая маска выступает одним из главных инструментов реализации категории театральности в коммуникации.

**Ключевые слова:** театр, театральность, речевая маска, манипуляция

**Abstract.** The article presents a review of the existing points of view of the penetration of theatricality into social spheres expressed by scientists in different fields of knowledge including linguistics. The article shows that speech masks serve as one of the main instruments of theatricality implementation in communication.

**Keywords:** theatre, theatricality, speech masks, manipulation

В современной науке бытует мнение, что феномен театральности невозможно осмыслить как универсальную категорию и единого мнения по поводу его содержания не существует. Однако возможно объединить различные точки зрения в три концепции относительно природы театральности.

Представители первой (В. Плучек, М. Ю. Лотман, М. Захаров, Г. Товстоногов, П. Пави) считают театральность свойством театра,

выражением его специфики. Несомненно, театральность - это сам театр, театральное действие, которое имеет место на сцене, в некоем сценическом пространстве со множеством знаков. Семиотизация пространства имеет целью привлечение внимания зрителя и предполагает раскодировку или интерпретацию. Разница в том, что на театральной сцене – это осознанное действие, а в других пространствах – она неосознанная.

Вторая точка зрения базируется на понимании театральности как общехудожественного свойства, свойства художественной коммуникации [Курышева 1984: 48].

Третья концепция видит театральность как явление культуры, затрагивающее ее внехудожественные сферы. Таким образом, понимание термина «театральность» эволюционировало от чисто театрального до его перехода в явление социальное. Многие ученые занимаются проблемой смешения понятий театра как художественного явления и театральности как социального явления. Так, М. Гашкова в своей работе «От серьезы символов к символической серьезности (театр и театральность в XX веке)» пишет, что «Внедренная в сознание формула "весь мир - театр" оказала "медвежью услугу" искусству театра», так как произошло смешение понятий, взаимопроникновение театра жизни и театра-искусства [Гашкова 1997: 85].

Такая точка зрения на театр все чаще получает свое развитие в работах многих современных ученых – культурологов, психологов, философов, лингвистов.

Так, культурологический подход характеризует работу И.М. Андреевой «Театральность в культуре», где театральность рассматривается как «форма поведения» и одновременно как «способ донесения до других определенных смыслов; как своеобразный вид игры и – как особый вид трактовки и толкования действительности» [Андреева 2002: 55]. По ее мнению, проявления театральности в жизни – это «...построение жизни по театральным моделям, присутствие в повседневности игрового и артистического начала, зрелищности. Это также проникновение в повседневность специфической театральной терминологии, функционирование театрального тезауруса в обыденной речи». Таким образом, театральность выступает как эстетизация жизни, уподобление ее творческой основы, придание обыденности других, более значительных смыслов с помощью «игры в театр».

Психологи видят в театральности поведения психологическую основу, т.к. она говорит о наличии эмоционально-волевой энергии и о способности человека действовать напоказ, не боясь публичности. Они характеризуют театральность как «активность, броскость, эффектность речевого и жестово-мимического поведения человека, выразительность которого понятна значительному количеству присутствующих».

При этом выделяются два типа театральности: театральность самораскрытия человека и театральность его самоизменения.

Театральность самораскрытия проявляется в патетическом слове и жесте, когда человек в присутствии других людей максимально проявляет свой темперамент.

Другой тип театральности связан с тем, что человек видоизменяет себя и демонстрирует окружающим совсем не то, что он представляет собой на самом деле. Самым простым примером здесь выступают шутство, клоунада, обман. Зачастую данный вид театральности характеризуется наличием маски, как правило, в переносном смысле. Театральность самоизменения – игровая и имеет карнавальные корни. Она часто проявляется не в публичной жизни людей, а в частной, даже когда человек находится наедине с собой.

Ученые-философы считают, что идея сходства жизни и театра зародилась ещё в древности и проходит через всю историю европейской цивилизации. Они опираются на высказывание И. Канта «чем более цивилизованны люди, тем больше они актёры» [Кант 1966: 384].

Театральность понимается в философии как «современная форма экономического и политического жизнеустройства, основная функция которой – знаково-эстетическая; она оказывает специфическое влияние на социальные явления и процессы», которое раскрывается в воздействии на эмоции и чувства через художественно-символические формы искусства в повседневном пространстве, что доставляет зрителю магическое удовольствие и помогает уйти от реальности». Данная функция формирует театрализованное видение мира, обеспечивает контроль коммуникации и манипулирование чувствами и поведением людей [Ищенко www].

Ученые-лингвисты активно проявляют интерес к изучению категории театральности с позиции стремления языковой личности к самопрезентации, к речевому перевоплощению, как в публичной коммуникации, так и в частной жизни. Для реализации этих действий языковая личность создает речевую маску.

Термин «речевая маска» появился в языкознании недавно, но уже стал предметом исследования ряда работ (Е. Ю. Геймбух, Е. А. Земская, Ю. В. Ковалев, Е. Я. Шмелева и А. Д. Шмелев, М. В. Шпильман и др.). Под речевой маской понимается явление, связанное с осознанным перевоплощением говорящего субъекта.

Вслед за А.В. Кукс мы рассматриваем речевую маску как разновидность речевого образа: это «сознательно созданный ситуативный чужой речевой образ, который является узнаваемым для адресата, соотносится им с определенным прототипом» [Кукс 2010: 8]. Адресант осознанно отбирает языковые средства для построения определенного образа в сознании адресата. Если речь идет о публичной коммуникации, то речевая маска выступает своеобразным средством презентовать себя, показать свои актерские таланты и получить

признательность публики. Если маска используется субъектом в рамках межличностной коммуникации, то, в первую очередь, она служит средством создания лже-имиджа и манипуляции людьми для достижения своих целей.

Как отмечает А.В. Кукс в своем диссертационном исследовании, речевая маска создается с помощью единиц различных уровней: это не только единицы основных уровней языка (фонетические, грамматические, лексико-синтаксические, стилистические), понятия, речевые тактики, коммуникативные ходы, но и паралингвистические средства, такие как жесты, мимика, манера речи, и даже картина мира, которые непосредственно характеризуют прототипа.

Речевая маска «надевается» субъектом при реализации таких явлений, как подражание, передразнивание, пародирование, сокрытие истинного «я», преследуя различные цели, в первую очередь для манипуляции, создание определенного имиджа, исполнение определенной роли или в игровых ситуациях.

В связи с этим выделяются следующие функции речевой маски: 1) манипулятивная; 2) имиджеобразующая; 3) игровая; 4) самовыражения (самореализации) [Шпильман 2006: 7].

На данный момент существует несколько классификаций речевых масок. В нашем исследовании мы опираемся на типологию А.В. Кукс, которая выделяет три вида речевой маски: 1) индивидуальная речевая маска (прототип – конкретная языковая личность), 2) обобщенная речевая маска (прототип – лингвокультурный типаж), 3) речевая маска-шаблон (прототип – готовая речевая маска) [Кукс там же].

В рамках изучения реализации категории театральности в различных видах дискурса представляется интересным анализ речевых масок современных политиков. На наш взгляд, у каждого политика имеется целый арсенал речевых масок, которые он «надевает» в зависимости от ситуации. Многие ученые говорят в данном случае об имидже. Однако мы, вслед за И.А. Стерниным, разводим термины «речевая маска» и «имидж» следующим образом: речевая маска связана с кратковременной (ситуативной) коммуникативной ролью, тогда как имидж характеризует долговременную коммуникативную ситуацию и требует от адресанта постоянства [Стернин 2001: 81]. При этом политик в ситуациях общения использует обобщенный тип речевой маски, прототипом для которой выступает лингвокультурный типаж.

Для примера рассмотрим один из аспектов проявления речевой маски экс-президента США Д. Трампа – маски «своего» в противовес «чужому». Многие исследователи, в том числе Е.О. Опарина, говорят об отсутствии разнообразия и простоте речи Д. Трампа, которая характеризуется употреблением преимущественно односложных и двусложных общеизвестных слов, большого количества выражений неформального стиля, таких как: I mean, look, I'm for it, okay, I wanna, you know, что моделирует ситуацию непринужденной дружеской беседы.

Кроме того, постоянное употребление местоимения *you* создает впечатление прямого обращения к собеседнику [Опарина 2020]. В своих речах Д. Трамп почти не употребляет слов и выражений, характерных для политического дискурса, что не соответствует традиционной риторике политиков. Однако, все эти странные механизмы реализации маски «свой» привлекают адресата и объясняются направленностью на избирателей, рядовых американцев, часто живущих в сельской местности и не имеющих высокого уровня образования, на которых необходимо оказать воздействие.

Итак, обзор существующих исследований показал, что речевая маска выступает как технология реализации категории театральности языковой личностью. В каждом виде дискурса и жанра существуют свои механизмы конструирования и цели использования речевой маски. На данном этапе изучение этих механизмов представляется нам перспективным.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Андреева И. М. Театральность в культуре / И. М. Андреева. – Ростов-на-Дону, 2002. – С. 55.
2. Гашкова Е. М. От серьезности символов к символической серьезности (театр и театральность в XX веке) / Е. М. Гашкова // Метафизические исследования: Культура. Альманах Лаборатории метафизических исследований при философском факультете СПбГУ. – СПб., 1997. – Вып. 5. – С. 85.
3. Ищенко В. Г. Театральность как феномен повседневности: социально-философский аспект / В. Г. Ищенко. – Режим доступа: <http://pandia.ru/text/78/213/82310.php>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 25.08.21).
3. Кант И. Антропология с прагматической точки зрения / И. Кант // Кант И. Собр. соч. – М., 1966. – Т. 6. – С. 384.
4. Кукс А. В. Конструирование речевой маски в игровом дискурсе (на материале видеотекстов юмористических выступлений) : автореф. дис. ... канд. филол. наук / А. В. Кукс. – Томск, 2010. – 22 с.
5. Курышева Т. Театральность и музыка / Т. Курышева. – М., 1984. – С. 48.
6. Опарина Е. О. Исследования речи Дональда Трампа: Обзор / Е. О. Опарина // Реферативный журнал. Социальные и гуманитарные науки: Отечественная и зарубежная литература. – Сер. 6. Языкознание. – 2020. – № 1.
7. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие / И. А. Стернин. – Воронеж, 2001. – 252 с.
8. Шпильман М. В. Коммуникативная стратегия «речевая маска» (на материале произведений А. и Б. Стругацких) : автореф. дис. ... канд. филол. наук / М. В. Шпильман. – Новосибирск, 2006. – 23 с.



## ЯЗЫКОВАЯ ОБЪЕКТИВАЦИЯ КОНЦЕПТУАЛЬНО-КОГНИТИВНОГО ФРЕЙМА “NATURE” В АНГЛИЙСКОЙ ПРОЗЕ

Манченко Е.С.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** В статье рассматриваются особенности вербализации концептуально-когнитивного фрейма. Дается анализ языковых средств выражения данного фрейма в художественном произведении; соотносятся понятия «концепт» и «фрейм» и «концептуально-когнитивный фрейм».

**Ключевые слова:** фрейм, концепт, концептуально-когнитивный фрейм

**Abstract.** The article deals with the peculiarities of the verbal expression of conceptual-cognitive frame. The analysis of linguistic means of expressing this frame is given in the fiction; the concepts of “concept”, “frame” and “conceptual-cognitive frame” are correlated.

**Keywords:** frame, concept, conceptual-cognitive frame

В настоящее время вопросы, связанные с вербализацией концептуально-когнитивных фреймов, представляют все больший интерес в современной когнитивной лингвистике (В.З. Демьянков, Е.С. Кубрякова, Дж. Лакофф, М. Минский, Ж. Фоконье, и др.) и лингвоконцептологии (А. Вежбицкая, С.Г. Воркачев, В.И. Карасик, З.Д. Попова, Г.Г. Слышкин, И.А. Стернин и др). Все знания и представления, накапливаемые человеком, фиксируются в особых концептуальных структурах, ментальных репрезентациях, которые вербализуются посредством языка. Вслед за В.Н. Телия [Телия 1996: 94] З.Д. Попова и И.А. Стернин также представляют фрейм как многокомпонентный концепт, мыслимый в целостности его составных частей, как объемное представление, некоторая совокупность стандартных знаний о предмете или явлении [Попова, Стернин 2007: 64]. И.А. Тарасова трактует фрейм как когнитивную структуру более высокого порядка, а также как тип взаимодействия между концептами, способ (форму) организации ментального пространства [Тарасова 2004: 44].

В концептуально-когнитивных фреймах как ментальных построениях концентрируются «системно связанные между собой концепты в рамках единого фрагмента картины мира, которые осуществляют свои проекции в лингвистических структурах различной сложности и различного уровня [Аванесян 2012]. Через концептуально-когнитивный фрейм, отличающийся сложной иерархической структурой субфреймов, можно передать различные ситуации и состояния такого многогранного концепта как “nature”. Поскольку концепт как конструкт не воссоздается, а «реконструируется» через свое языковое выражение и внеязыковое знание [Красавский 2001: 40-59], то через фреймовое

построение концепта “nature” возможна вербализация идеальных, абстрактных концептуальных единиц, которыми писатель оперирует в процессе создания художественного произведения, являющегося отражением всей деятельности писателя и познания им окружающего мира.

Концептуально-когнитивные фрейм организует определенным образом природные проявления, представляющие концепт “nature” и позволяют правильно их интерпретировать. В трилогии романов Сьюзен Коллинз “Hunger Games” концепт “nature” представляется наиболее ярко и многогранно. Учитывая общий объем произведения, лексема “nature” как ключевое понятие исследуемого концепта характеризуется низкой частотностью. В первой части трилогии “Hunger Games” лексема “nature” встречается три раза, во второй части “Catching Fire” данная лексема также упоминается три раза, а в третьей части “Mockingjay” – пять раз. При использовании лексемы “nature” в трилогии романов реализуются такие понятийные признаки концепта “nature”, как:

- «материальный мир как единое целое» *“I may be unfamiliar with monkeys, but animals in nature don't act like this”* [Collins 2009: 92];

- «силы, лежащие в основе всех явлений материального мира, неподвластные человеку» *“Well, first Rue, then you, and then I think we'll just let nature take care of Lover Boy”* [Collins 2008: 192–193];

- «качества, признаки и особенности, присущие человеку, животному, предмету» *“Our screens never come on, and we get only brief audio updates from Coin about the nature of the bombs”* [Collins 2010: 70];

- «нрав и характер» *“Besides, it isn't in my nature to go down without a fight, even when things seem insurmountable”* [Collins 2008: 28].

Сам концепт в произведении репрезентируется лексемами, являющимися синонимами лексемы nature: “world”, “wilderness”, “landscape”.

*“Another year, they tossed everybody into a landscape of nothing but boulders and sand and scruffy bushes”* [Collins 2008: 30].

Концепт “nature” вербализуется в романах не только ключевой лексемой “nature” и ее синонимами, но и другими лексическими единицами. Вслед за З.Д. Поповой при рассмотрении когнитивно-концептуального фрейма следует базироваться на трех базовых структурных компонентах: образе (концепт), информационной составляющей (концептуальный фрейм) и интерпретационном поле (совокупность слотов и терминалов, которые находятся в отношениях производности: каждый последующий уровень характеризуется более высокой степенью абстрактности) [Попова 2007: 52].

Для того, чтобы представить основные признаки концепта “nature” следует построить интерпретационное поле когнитивно-концептуального фрейма. Это возможно представить через языковую объективацию на нескольких уровнях (узлов обобщения), иерархически связанных друг с другом [Минский 1979: 78] – узлов верхних

уровней (слотов) и нижних уровней (терминалов). Так, узлы верхних уровней (слоты) будут представлять собой более общие признаки представления знания, которые всегда четко определены и справедливы в отношении предлагаемого концепта (понятия и ситуации). Узлы нижних уровней (терминалы) содержат информационный потенциал конкретизирующего характера о деталях верхних узлов, а поэтому могут получать конкретное наполнение в процессе приспособления фрейма к определенной ситуации [Минский 1979: 91].

В трилогии романов Сьюзен Коллинз концепт “nature” можно представить 6 узлами верхних уровней (Рельефный ландшафт, Растительный мир, Животный мир, Водные ресурсы, Небесные тела и Погода) через призму двух природных миров – дикой природы и природы, искусственно созданной человеком (ареной Голодных Игр), лишь имитирующей в утрированной форме облик дикой природы. Узлы нижних уровней могут быть заполнены различными в каждом конкретном случае группами слов, представляющими их вариативную реализацию [Филлмор 1982: 116].

Так, узел верхнего уровня «Рельефный ландшафт» включает в себя несколько терминалов. В слот 1 «ландшафт» входят терминалы “valley”, “meadow” и “field”.

*“From this place, we are invisible but have a clear view of the valley (...)”* [Collins 2008: 10].

*“I only have to pass a few gates to reach the scruffy field called the Meadow”* [Collins 2008: 8].

В слот 2 «рельеф» войдут такие терминалы, как “rocks” и “hills”.

*“We settle back in a nook in the rocks”* [Collins 2008: 10].

*“I can see the hills I climbed this morning with Gale”* [Collins 2008: 21].

Следующий вершинный узел 2 «Растительный мир» включает 4 слота. Растительный мир за пределами Дистрикта 12 представлен в двух главных экосистемах: “meadow” и “woods”.

Слот 1 «деревья и кусты» включает следующие терминалы: “bushes”, “plants”, “trees”, “woods”, “oaks”:

*“In the woods waits the person with whom I can be myself”* [Collins 2008: 9]. *“Most of the time, I perched up in the branches of an old oak, hoping for game to come by”* [Collins 2008: 37].

Слот 2 «съедобные растения» представлен растениями: “dandelion”, “pokeweed”, “wild onions”, “pines”, “katniss” (также имя главной героини романа), “small, bluish tubers”.

*“Katniss. It’s the plant I was named for”* [Collins 2008: 38].

*“Plants for eating, not healing. Dandelions, pokeweed, wild onions, pines”* [Collins 2008: 37].

Слот 3 «лечебные травы» включает в себя такие компоненты, как “herbs / medicinal herbs”, “primrose”.

*"My father got to know my mother because on his hunts he would sometimes collect medicinal herbs and sell them to her shop to be brewed into remedies"* [Collins 2008: 10].

Слот 4 «ягоды» представляется терминалами *"strawberry"* и *"blackberry"*.

*"We decide to save the strawberries and bakery bread for this evening's meal, to make it special we say"* [Collins 2008:15].

*"He plucks a few blackberries from the bushes around us"* [Collins 2008: 10].

Вершинный узел 3 «Животный мир» состоит из 5 слотов. Животный мир наиболее полно раскрывает особенности природы в антиутопическом мире, созданном в романах Сьюзен Коллинз, поскольку обитающие в лесу животные за пределами Дистрикта 12, для Китнисс делились не только на хищников, которых следовало остерегаться, но и на мелких животных, на которых можно охотиться. Помимо «естественно-рожденных» животных, на этой территории обитали генномодифицированные особи, которые были искусственно созданы в лабораториях.

Так, слот 1 «хищники» включает таких животных, как *"lynx"*, *"lone cougars"*, *"bear"*, *"predators"* и *"wild dogs"*.

*"(...) as a deterrent to the predators that live in the woods — packs of wild dogs, lone cougars, bears — that used to threaten our streets"* [Collins 2008: 8].

В слот 2 «мелкие животные» входят терминалы: *"squirrel"*, *"rabbit"* и *"wild turkey"*:

*"The butcher would buy my rabbits but not squirrels. The baker enjoyed squirrel but would only trade for one if his wife wasn't around. The Head Peacekeeper loved wild turkey"* [Collins 2008: 38].

В слоте 3 «рыба и обитатели озера» представлены: *"beaver"*, *"fish"*.

*"(...) fish and a beaver that swam into a wire contraption Gale designed himself"* [Collins 2009: 5].

В слот 4 «мутанты» следует отнести тех животных, которые были созданы искусственным путем в лабораториях Капитолия: *"jabberjays"*, способные запоминать и воспроизводить человеческие разговоры.

*"One was a special bird called a jabberjay that had the ability to memorize and repeat whole human conversations"* [Collins 2008: 32].

Однако, на территории леса Дистрикта 12 проживали особи, появившиеся при скрещивании естественно-рожденного животного и мутанта, поэтому следует выделить слот 5 «мутанты, возникшие путем естественного скрещивания», куда следует отнести *"mockingjay"*.

*"The jabber jays mated with female mockingbirds creating a whole new species mockingjay that could replicate both bird whistles and human melodies"* [Collins 2008: 32].

Вершинный узел 4 «Водные ресурсы» содержит следующий слот 1 «источники пресной воды» включает следующие компоненты *“pond”*, *“lake”*:

*“In late summer, I was washing up in a pond when I noticed the plants growing around me”* [Collins 2008: 38].

Вершинный узел 5 «Небесные тела» содержит следующий слот «небесные светила», который представлен терминалами *“sun”*, *“sunlight”*, *“moon”*, *“stars”*.

*“At dawn, I lie in bed for a while, watching the sun come up on a beautiful morning”* [Collins 2008:77].

*“I badly want it to be my moon, the same one I see from the woods around District 12”* [Collins 2008: 210].

*“I open my eyes and find the stars fading in the pale light of dawn”* [Collins, 2008: 56].

Вершинный узел 6 «Погода» содержит 2 слота: «атмосферные явления» и «осадки».

Слот 1 «атмосферные явления» представлен терминалами *“breeze”*, *“wind”*, *“snowstorm”*.

*“The day is glorious, with a blue sky and soft breeze”* [Collins 2008: 10].

*“She showed up in that snowstorm to bring the painkiller for Gale”* [Collins, 2009: 36].

Слот 2 «осадки» включает терминалы *“rain”* и *“snow”* (снег):

*“The rain was falling in relentless icy sheets”* [Collins 2008: 23].

*“A light snow starts to fall as I make my way through the woods”* [Collins 2009: 7].

Таким образом, базовую структуру интерпретационного поля когнитивно-концептуального фрейма *“nature”* в трилогии романов Сьюзен Коллинз можно представить 2 уровнями обобщения, состоящих из 6 узлов верхнего уровня («рельеф и ландшафт», «растительный мир», «животный мир», «водные ресурсы», «небесные тела», «погода»), в свою очередь, содержащих ряд слотов и терминалов, вербализующих следующие понятийные признаки концепта *“nature”*: «материальный мир как единое целое», «силы, лежащие в основе всех явлений материального мира, неподвластные человеку», «качества, признаки и особенности, присущие человеку, животному, предмету» и «нрав и характер».

## ЛИТЕРАТУРА

1. Аванесян Н. К. Языковая объективация концептуально-когнитивного фрейма "Мать" в английском и русском языках : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Н. К. Аванесян. – Пятигорск, 2012. – 37 с.

2. Красавский Н. А. Эмоциональные концепты в немецких и русских лингвокультурах: Монография / Н. А. Красавский // Волгоград : Перемена, 2001.

3. Попова З. Д., Стернин, И. А. Когнитивная лингвистика : учебное пособие / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – М. : АСТ, 2007. – 227 с.
4. Тарасова П. А. Фреймовый анализ в исследовании идеостилей / П. А. Тарасова // Филологические науки. – М. : Высшая школа, 2004. – № 4. – С. 42–49.
5. Телия В. Н. Роль образных средств языка в культурно-национальной окраске миропонимания / В. Н. Телия // Этнопсихолингвистические аспекты преподавания иностранных языков. – Москва: Изд-во Институт языкознания РАН, 1996. – С. 82–89.
6. Collins S. Hunger Games / S. Collins. – New York : Scholastic Press, 2008. – 487p.
7. Collins S. Catching Fire / S. Collins. – New York : Scholastic Press, 2009. – 398 p.
8. Fillmore Ch. J. Frame Semantics // Linguistics in the morning calm / Ed. by The Linguistic Society of Korea / Ch. J. Follmore. – Seoul: Hanshin, 1982. – P. 111–137.

## **ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ТЕКСТОВ Э.Т.А. ГОФМАНА И ИХ ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ**

**Маняшина Л.В.  
Астрахань, Россия**

**Аннотация.** В текстах произведений Э.Т.А. Гофмана происходит описание реального и сказочного мира. Обращение писателя к нему, использование разнообразных языковых средств помогает еще больше углубиться в происходящее, будит читательский интерес.

**Ключевые слова:** художественный образ, персонаж, художественный мир, лингвистическое пространство, оценочный элемент, метафора, словоизменительный формант, ирреальное сравнение

**Abstract.** In E.T.A. Hoffmann's texts, the description of the real and fabulous world takes place. The writer's appeal to it, the use of various linguistic means helps to delve even deeper into what is happening, awakens the reader's interest.

**Keywords:** artistic image, character, artistic world, linguistic space, evaluative element, metaphor, inflectional formant, surreal comparison

Отраженные в языковом сознании пространство и время могут не совпадать с физическим пространством или с реальным временем, поскольку наряду с пространственным и временным измерением язык живет еще и в третьем измерении: в лингвистическом пространстве. Лингвистическое пространство понимается как картина пространства в языковом сознании, отражающая не только физическое пространство,

каково оно есть на самом деле, но, главным образом, представление об этом пространстве, способ его восприятия [Берковский 1974: 107].

Тем интереснее воспринимаются нами в настоящее время тексты, написанные авторами в прошлом, где нас привлекают и описание повседневных событий, и описание персонажей, вещей, предметов, на которые мы не всегда обращаем внимание. Манера повествования в текстах сказок Эрнста Теодора Амадея Гофмана стремительная и непосредственная. Приданию определенной динамике развития в тексте служат глаголы. Для семантики глаголов в исследуемых текстах понятие движения является их постоянной составляющей, а способы и темп перемещения как бы определением к нему, они указывают на различные обстоятельства движения. Так, глаголы, характеризующие трассу движения, скорость перемещения и способ перемещения презентируют:

1. laufen, rennen, eilen, streben, schlüpfen - активное самостоятельное движение (быстрое):

Da **lief** Marie ins andere Zimmer ... Herr Studiosus, Herr Studiosus, **eilen** Sie nicht so!

In voller Wut **rannte** der unglückliche Balthasar durch die finstere Nacht, durch Sturmwind und Regen fort, nach Hause ...

...stieg ich durch ein Fenster in den Hof, **schlüpfte** durch die Öffnung in der Mauer und stellte und stellte mich unfern in den tiefen Schatten .

2. schleichen, sich schleppen, wackeln, wandern, kriechen, schwanken – медленное самостоятельное движение: In dem Augenblick gewährte Balthasar aus dem Fenster seinen Freund, ... der ganz trübsinnig um die Ecke **schleichen** wollte.

Ein langes, hages, in schwarze Lumpen gehülltes Weib! Indem sie sprach, **wackelte** das hervorragende spitze Kinn, ...

Das Gattertor drehte sich langsam auf, sie traten ein und **wanderten** fort durch einen langen, breiten Baumgang, durch den sie das Landhaus erblickten.

3. fahren, reiten – несамостоятельное (быстрое) движение –...er wolle ihn schon kriegen, und musterte die neue Schwadron Husaren, die sehr prächtig in Rot und Gold gekleidet waren, lauter silberne Waffen trugen und auf solchen weißglänzenden Pferden **ritten**, ...

Die geheime Rätin Ypsilon schickt und läßt fragen, ob es der Frau Hofrätin gefällig wäre, heute ins Linkesche Bad zu **fahren**?

4. wehen, schweben, fliegen, schwingen, schwimmen, streichen - глаголы, отличающиеся в зависимости от среды перемещения (водная или воздушная)

Die Sonne tritt freundlich aus dem Gewölk hervor, und schnell verdampft die Nässe in der lauen Luft, welche durch die Straßen **weht**.

Tolle Gestalten **schweben** hin und her, aber sie haben Charakter – eine mehr wie die andere.

Pfeilschnell **flog** sie durch die einsamen Straßen, des Sturmes nicht achtend, ...

...**schwingen** wir uns, Schwesterlein. H., 4. Wer **schwimmt** auf rosigem See?

5. rauschen, brausen, rappeln - движение с шумом.

Alles blieb jedoch stumm und still, und wie damals **rauschte** der Hölunderbaum ...mit seinen Zweigen und Blättern.

... **rappelt's** Ihnen im Kopfe?

Der Geist schaute auf das Wasser, da bewegte es sich und brauste in schäumenden Wogen ...

Семантика используемых в текстах Э.Т.А. Гофмана глаголов предполагает многомерное движение, которое может осуществляться как по горизонтальной, так и по вертикальной оси. Многомерность движения способствует тому, что в предложениях указывается не только направление и предел движения, но и мысленно представляется траектория пути и движение и развитие действия происходит в открытом, неограниченном пространстве.

В текстах Гофмана хорошо уживаются как сказочные герои, так и герои реального мира. Интересны характеристики этих героев, которые обычно выражаются в текстах эпитетами, но в исследуемых нами текстах используются также и морфемные средства. Наиболее часто встречаются такие форманты как -chen и -lein в текстах Крошка Цахес, Кавалер Глюк, Мадемуазель де Скудери, однако, здесь они могут выполнять различную функцию.

В сказке «Щелкунчик и мышиный король» Гофман довольно часто использует данные суффиксы: Nußknackerlein, Christkleidchen, Mädchen, Kleidchen, Krönchen для характеристики положительных героев, здесь они выполняют свою основную функцию – они указывают на маленький размер жителей и вещей сказочного кукольного королевства.

В новелле «Мадемуазель де Скудери» автор использует уменьшительные суффиксы: Häckchens, Schächtelchen, Steinchen, Kästchen. В данном случае употребление вызвано желанием автора углубить смысловой план высказывания, придать ему тем самым изящества и грациозности.

В новелле Кавалер Глюк Гофман прибегает к помощи данных суффиксов с целью показать читателям незначительные, ничтожные вещи, увеличивая тем самым экспрессивность высказывания (Liedchen, Trompeterstückchen, Kinderchen, Lückchen).

Иное значение приобретает данный формант в описании Цахеса. Автор использует такие выражения с уменьшительными суффиксами: das Untertierchen, die haselgertdünne Beinchen, das verschrumpfte Gesichtchen. Они не только указывают на небольшие размеры главного героя, они подчеркивают его ничтожность.

У персонажей Гофмана подчеркнута внешность, их жесты и мимика преувеличены. Наиболее отчетливо мы можем наблюдать это



на примере описания внешности Цахеса: Der Kopf stak dem Dinge tief zwischen den Schultern, die Stelle des Rückens vertrat ein kürbisähnliches Auswuchs, und gleich unter der Brust hingen die haselgertdünnen Beinchen herab, dass der Junge aussah wie ein gespalteter Rettich. Здесь кроме сравнения wie ein gespalteter Rettich, автор употребляет и сложные прилагательные kürbisähnliche, haselgertdünnen, которые также несут в себе отрицательный оттенок. Чтобы показать уродливость главного героя в сказке Крошка Цахес Гофман использует тавтологию в таких словосочетаниях как der kleine Däuling, das winzige Männlein. В данных эпитетах мы видим оценку автором своего героя, т.к. слово обладает оценочным значением, если оно выражает положительное или отрицательное суждение о том, что оно называет.

Тексты Гофмана отличаются многообразием стилистических средств. Метафора и сравнение переносят свойства одного предмета или явления на другой, но, в отличие, от сравнения, где присутствуют оба компонента (что сравнивается, с чем (с кем) сравнивается), в метафоре присутствует только один. Второй как бы скрыт, он только подразумевается [Гончарова 2010: 63].

Метафора в произведениях Гофмана – это поэтическое и риторическое выразительное средство, принадлежащее к необычному языку, чем в сфере повседневного обыденного общения. Она органически связана с поэтическим видением мира. О значении метафоры мы можем судить по описанию внешности крошки Цахеса. Das, was auf den ersten Blick sehr gut für ein seltsam verknörpelttes Stückchen Holz hätte ansehen können, war nämlich ein mißgestalteter Junge. Гофман сравнивает своего героя с куском дерева - verknörpelttes Stückchen Holz и с майским жуком – Maikäfer, и со сморщенной редиской – gespalteter Rettich.

Э.Т.А. Гофман использует еще один троп – мейозу, который является художественным приуменьшением. Смысл мейозы состоит, в отличие от других тропов не в том, что под сказанным следует понимать какие-то другие явления, а в том, что огромное, не соответствующее реальности преувеличение и приуменьшение размеров изображаемого не является буквальным [Гончарова 2005: 63].

Das Untertierchen, die Beinchen (мн. число), das Gesichtchen – здесь эффект преуменьшения достигается при помощи уменьшительных суффиксов, которые указывают не только на то, что части тела Цахеса небольшого размера. В данном случае наблюдается стремление автора показать ничтожность и никчемность главного героя.

Исследуя синтаксические средства создания художественного образа в сказках Гофмана, необходимо обратить внимание на построение предложений. Для создания образов героев автор использует и различный стиль описания. Например, при описании первой встречи студента Ансельма язык автора деловой и настаивающий, а объективное содержание каждого предложения очень широко. В таких

предложениях мы видим не только действия, но мы можем предположить и последствия.

По этому принципу построены некоторые первые предложения всех исследуемых текстов сказок: сообщается комплекс фактов и затем его последствия для главного героя. Для таких типов сложных предложений характерно соединение главного и придаточного предложения следствия при помощи союза *so dass* (Konsekutivkonjunktion). Например: *Klein Zaches verlor bei der raschen Wendung der Mutter das Gleichgewicht, so dass er dem Pfarrer vor die Füße flog ... . Das gellende, krächzende Stimme des Weibes hatte etwas Entsetzliches, so dass die Spaziergänger verwundert stillstanden ... .* В предложениях встречаются обособленные обстоятельства образа действия *Von Ärger und Scham verstummend, mit den Zähnen knatternd und knirschend....*

Создавая нереальный мир, описывая своих героев в мире фантазии, автор использует формы конъюнктива, с помощью которых выражается нереальная возможность, мечты и размышления главных героев. Примечательным является то, что для изображения мира нереальности он нередко употребляет формы глаголов изъявительного наклонения, в первую очередь это формы *Präsens Indikativ* и *Präteritum Indikativ*, которые употребляются в соответствии с нормами немецкого языка для выражения действия в реальности. Э.Т.А. Гофман активно использует для выражения двоемирия обстоятельственные предложения ирреального сравнения с союзами *als, als ob, als wenn, wie wenn* для выражения возможности действия.

Своим героям автор даёт реальные имена, хорошо знакомые и часто употребляемые в жизни, это *Anselm, Paulmann, Angelika, Veronika, Marie, Magdaleine von Scuderi*. Для их характеристики автор использует эпитеты, сравнения и др. средства образного выражения, которые помогают читателю наиболее точно представить того или иного героя (*hechtgrauer Frack, kürbisähnlich, haselgerdünn, der grauliche Mauskönig, das winzige Männlein, der kleine Däumling*). Необходимо отметить, что при описании некоторых героев автор использует элементы гротеска, причем увеличение признака предмета происходит до такой степени, что в результате описываемый предмет получает признаки нереального.

На морфемном уровне при создании образов главных героев автор прибегает к помощи уменьшительных суффиксов *-chen, -lein*, благодаря которым герои, предметы и описываемые события окружающего их мира приобретает эмоционально-оценочную окраску. В текстах *Nußknacker und Mauskönig* и *Das Fräulein von Scuderi* эти суффиксы скорее имеют положительное значение и указывают на маленький размер жителей и вещей сказочного кукольного королевства, подчеркивают изящество и грациозность. Однако, в текстах *Klein Zaches, genannt Zinnober* и *Ritter Gluck* данные суффиксы создают отрицательную коннотацию. Они могут указывать и на небольшие размеры

главного героя, и подчеркивать его ничтожность, и раскрывать читателям незначительные, ничтожные вещи.

Для сказок Э.Т.А. Гофмана отличительным является то, что места, где происходят события, в большинстве случаев связаны с открытым пространством окружающего мира. Об этом чаще всего свидетельствуют несколько обобщенные указания местности (der Hügel, das Tal, der Himmel). Но в то же время в текстах могут быть названы реально существующие города, площади, улицы, напр.: Berlin, Dresden, Moritzstraße, St. Honore` Straße, Greverplatz. Действия вымышленного, фантастического, сказочного мира разворачиваются в городах, которые реально существуют. Пространство, где происходит действие сказок, приобретают черты исторической реальности. Для отображения реального и сказочного мира автор использует формы индикатива, поэтому в данном случае и стирается грань между миром реальности и миром фантазии.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Берковский Н. Я. Романтизм в Германии / Н. Я. Берковский. – Л., Художественная литература, 1974. – 567 с.
2. Гончарова Е. А. Интерпретация текста / Е. А. Гончарова. – М.: Высш.школа, 2005. – 368 с.
3. Гончарова Е. А. Теория и практика стилистического анализа = [Theorie und praxis der stilanalyse] / Е. А. Гончарова. – М. : Академия, 2010. – 352 с.
4. Hoffman E. T. A. Meistererzählungen / E. T. A. Hoffman. – Zürich : Diogenes Verlag AG, 1994.

### МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ МЕТАФОР (НА ПРИМЕРЕ ВЫСКАЗЫВАНИЙ ОФИЦИАЛЬНЫХ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ГОСУДАРСТВЕННОГО ДЕПАРТАМЕНТА США)

Дубенец Н.Б.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** В статье рассматриваются метафорические модели, актуализированные в американском дипломатическом дискурсе: морбиальная метафора, спортивная метафора, метафора пути, метафора механизма. Приводится анализ прагматического эффекта данных моделей. Автор статьи приходит к выводу, что метафоры в американском дипломатическом дискурсе отражают наиболее значимые события мировой политики.

**Ключевые слова:** концептуальная метафора, американский дипломатический дискурс, прагматический смысл

**Abstract.** *The article deals with metaphorical systems, actualized in the American diplomatic discourse: morbid metaphor, sports metaphor, metaphor of way, metaphor of mechanism. The analysis of pragmatic effect of these systems is given. The author of the article draws the conclusion that metaphors in the American diplomatic discourse reflect the most essential events of the world policy.*

**Keywords:** *conceptual metaphor, American diplomatic discourse, pragmatic meaning*

Дипломатический дискурс США стал объектом исследований ученых-когнитологов относительно недавно. Первыми, кто предположил, что американский дипломатический дискурс базируется на системе метафорических моделей, стали Дж. Лакофф и М. Джонсон в своей работе «Metaphors we live by» [Лакофф 2004: 126–170].

Эта проблема не утратила своей актуальности и сегодня. Изучение системы образов (образов-схем) в дипломатическом дискурсе представляется перспективным направлением для филологов, поскольку концептуальные метафоры отличаются такой характеристикой как волатильность, т. е. способностью порождать новые образы под влиянием тех или иных событий в мире и в частности в сфере мировой политики.

Исследователи отмечают высокую тиражированность военной метафоры в речах официальных представителей США и России, что отражает сторону конфликтов, связанных со столкновением геополитических и экономических интересов обеих стран [Будаев 2008: 29; Ряпосова 2001: 30].

В рамках данной статьи мы остановились на менее продуктивных метафорических моделях, представленных в американском дипломатическом дискурсе, а именно метафоре пути, артефактной метафоре (метафоре механизма), спортивной и морбиальной метафоре.

**Спортивная метафора.** Многие исследователи уже указывали в своих работах на тот факт, что американской нации свойственно познание реальности посредством концептов спорта [Шехтман 2006: 13]. Данное явление объясняется особенностью национального менталитета американцев, которые воспитаны на идеи приоритетного значения спорта в становлении человека как личности. Спорт постоянно популяризируется в США и неудивительно, что он постепенно проник в такие сферы жизни американского общества, как политика, бизнес, культура. Что касается международных отношений, нужно заметить, что с укреплением ядерного потенциала крупных геополитических игроков на мировой арене, традиционный конфликт между странами с участием армий и вооружений постепенно трансформировался в большую политическую игру, своего рода спортивное состязание.

На вербальном уровне эта тенденция нашла своё выражение в виде спортивной метафоры, которая ярко воссоздает международную

картину мира. Так, метафора «Война – это соревнование» активно используется в американском дипломатическом дискурсе для представления торгово-экономической войны США с Китаем.

(1) *As you know, the President is not pulling punches anymore. He is basically doing what he has to do to protect U.S. interest, starting off with obviously the trade deal and the (inaudible) following through on that.*

В данном примере выражение «*pull punches*» («сдерживать удары») этимологически пришло из спортивного дискурса, а именно из бокса. Скрытый прагматический смысл данного высказывания заключается в репрезентации президента США как сильного лидера готового отправить своего противника в нокаут («*not pulling punches anymore*») в случае отказа выполнить требования США. Менасивная импликатура высказывания придает речи дипломата характер агрессивности и напористости.

В американском дипломатическом дискурсе субъекты международных отношений в ситуации конфликта нередко предстают в образе игроков («*players*»); сам конфликт – в виде состязания или спортивной игры со своими правилами («*competition*», «*big game*»), при этом правила устанавливаются американской стороной. США в этой большой игре неизменно принадлежит роль победителя, лидера («*beat*», «*leader*», «*winner*», «*unrivalled*» и т. д.):

(2) *But I think most significant companies that are operating in China understand the risk. They understand the game that's being played.*

(3) *They had a Chinese candidate for something called the World Intellectual Property Organization. We beat them. We're competing there in ways we never did before.*

Привносимые в дискурс смыслы соревновательности, победы над соперником способствуют формированию положительного имиджа США на международной политической арене.

**Морбиальная метафора.** В американском дипломатическом дискурсе наблюдается тенденция к антропоморфизации образа государства, т. е. государства часто предстают в образе человека. Такие проблемы в сфере международных отношений, как экономический кризис, ослабление влияния некоторых государств на мировой экономической арене отождествляются с болезненными состояниями человеческого организма: *clogged lungs, suffer, eroded, not able to function*:

(4) *Lebanon was a way for the – it was basically the, if you will, the monetary and financial lungs of the criminal Assad oligarchy. And right now, it is not able to function that way. The lungs are clogged up. The Assad regime is suffering from it.*

В данном высказывании режим Башара Асада метафорически уподобляется больному короновирусной инфекцией, которому трудно дышать. Яркий образ режима сирийского лидера, которому США «перекрыли кислород», прекратив поставки оружия и финансовых средств из Ливана, призвана убедить реципиента в способности американского

правительства подорвать силы своего врага, превратив государство неприятеля в больной и ослабленный организм.

Эпидемия короновирусной инфекции стала сферой – источником метафорической экспансии в американском дипломатическом дискурсе не случайно, поскольку метафорам свойственно, по мнению многих ученых, отражать наиболее актуальные проблемы общества [Будаев 2009: 160], [Ульман 1970: 253].

(5) *And so while the Assad regime was carrying out this attack against its own people in the north west, elsewhere people began to run out of fuel, run out of bread. Prices shot through the roof; the overall economy eroded. Bashar al-Assad chose – he made the choices that set all that in motion, so there's one address for the suffering – to know is responsible for the suffering of the Syrian people right now.*

Данное высказывание апеллирует к соматическому опыту человека, поскольку эрозия органов (*the overall economy eroded*) ассоциируется с воспалением и другими болезненными ощущениями в теле. Скрытый прагматический смысл данной метафоры заключается в дискредитации политического режима сирийского лидера Б. Ассада, который, по мнению США, подорвал экономику страны, что негативно отразилось на благополучии граждан Сирии (*suffering of the Syrian people*).

#### **Метафора механизма.**

(6) *That's billions of dollars that Putin's war machine will not get, and through which the Kremlin's malign influence will not spread.*

Употребление метафоры механизма в данном примере способствует концептуализации образа государства политического оппонента (в данном случае России) с ярко выраженным негативным прагматическим зарядом. Россия предстает в образе бездушной военной машины, способной с легкостью уничтожить своих врагов, при этом данное высказывание также содержит критику политического режима Владимира Путина, направленного, по мнению США, на наращивание милитарного потенциала своей страны, что представляет серьезную угрозу всему мировому сообществу.

Дискредитация российского президента вербализуется посредством поссессива (*Putin's war machine*), прямо указывающего на непосредственное отношение субъекта к деликту. Устрашающий образ мощной военной техники врага создает суггестивный эффект в сознании реципиента, что способствует демонизации России в глазах мирового сообщества.

**Метафора пути.** Довольно продуктивной в американском дипломатическом дискурсе, описывающем напряженные отношения США с другими странами, является метафорическая модель «Путь. Движение». Данная модель, соответствующая физическим категориям статики и динамики в физическом мире (такие, как например, застой, движение вперед, назад, быстрый взлёт и падение) в речи американских дипломатов проецируется на мировую политику, предавая идею

стремительности и непредсказуемости развития дел на мировой политической арене в ситуации кризиса. США предстает в образе отважного воина-борца за демократические ценности, а весь процесс внедрения этих ценностей или глобальная демократизация мирового сообщества ассоциируется с неким путешествием, «крестовым походом» США (*path, road, trajectory*). На этом трудном пути могут встретиться препятствия (*bumps, barriers, twists*), но США всегда удастся преодолеть любые трудности ради достижения глобальных целей:

(7) *The way ahead is for the Assad regime to realize that they're not – it is not going to come out from under this thing – and from the people around Assad to realize that they're not going to come out from under this – until they embrace and accept the UN path forward, the provisions of 2 254, and an entirely new set of behaviors to their own population and to their neighbors, who feel threatened by both what the Assad government doe's and what is happening more generally inside Syria. That is the only way forward for them.*

(8) *Now, if you put up barriers and those things at – which is what we're working through that certainly don't comport with WTO and a global trade system, that's where you end up having to have these trade talks to reinforce the need for it to be fair and even.*

Скрытый прагматический смысл данного высказывания заключается в героизации (романтизации) образа США, главная миссия которых заключается в том, чтобы изменить мир в лучшую сторону в будущем. Данная миссия метафорически переосмысливается с помощью образа пути.

На основе проведенного исследования можно сделать вывод о том, что концептуальные метафоры в американском дипломатическом дискурсе – это социально-детерминированное явление, порожденное различными событиями и тенденциями в мировой политике, такими как, например, торгово-экономическая война США с Китаем, гонка вооружений США с Россией, экономический кризис, эпидемия короновиральной инфекции, глобальная демократизация мирового сообщества, инициированная США.

Соответствие событий мировой политики и порождаемых ими концептуальных метафор показано в таблице 1:

События	Метафоры
1. Торгово-экономическая война США с Китаем	Спортивная метафора
2. Глобальная демократизация мирового сообщества	Метафора пути
3. Гонка вооружений США с Россией	Метафора механизма
4. Эпидемия короновиральной инфекции, экономический кризис	Морбиальная метафора

## ЛИТЕРАТУРА

1. Будаев, Э. В. Военная метафорика в дискурсе СМИ [Текст] / Э. В. Будаев // Acta Linguistica Sofia. – 2008. – Vol 2. – №1. – Р. 29-36.
2. Будаев, Э. В. Метафорический образ России в современном мире [Текст] / Э. В. Будаев. – Екатеринбург: Ур ГПУ, 2009. – 160 с.
3. Лакофф, Дж. Метафоры, которыми мы живем [Текст] / Дж. Лакофф, М. Джонсон. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 155 с.
4. Ряпосова, А. Б. Милитарная метафора в современном агитационно–политическом дискурсе [Текст] / А. Б. Ряписова // Лингвистика: бюллетень Уральского лингвистического общества. – Екатеринбург: Ур ГПУ, 2001. – Т. 6. – С. 29-36.
5. Ульман, С. Семантические универсалии [Текст] / С. Ульман // Новое в лингвистике. – М. 1970. – № 5. – С. 250-299.
6. Шехтман, Н. Г. Сопоставительное исследование театральной и спортивной метафоры в российском и американском политическом дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук [Текст] / Н. Г. Шехтман. – Екатеринбург, 2006. – 22 с.

## АКТУАЛИЗАЦИЯ СИНТАКСИЧЕСКИХ И СЕМАНТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ МОДАЛЬНЫХ ГЛАГОЛОВ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В НОВОЗАВЕТНЫХ ТЕКСТАХ

Шатохина Г.Н.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** В статье исследуются свойства модальных глаголов в английском языке, их семантические и синтаксические значения. Выявляются грамматические свойства основных глаголов в сочетании с модальными. Приводятся примеры, взятые из текстов Нового Завета, переведенного на английский язык Джоном Филиппсом.

**Ключевые слова:** модальный глагол, дефективный глагол, лексическое значение, синтаксическое значение, Новый Завет

**Abstract.** The article examines the properties of modal verbs in the English language, their semantic and syntactic meanings. The grammatical properties of the main verbs in combination with modal ones are revealed. Examples are taken from the New Testament texts translated into English by John Phillips.

**Keywords:** modal verb, defective verb, lexical meaning, syntactic meaning, the New Testament

Многие лингвисты занимаются изучением модальных глаголов, но несмотря на то, что к модальным глаголам принято относить *can, will, may, must, should, need, ought, to have* и *to be*, среди ученых продолжают споры по поводу принадлежности глаголов к этой группе.



Например, такой ученый, как В. Strang не относит к этой группе глаголы to dare и need [Strang 1974: 201], И. Б. Хлебникова считает, что формы shall и will также не являются модальными [Хлебникова 1971: 55-56]. Другие лингвисты, напротив, дополняют эту группу. W. Diver вводит глагол to do [Bouma 1975: 330-331], Г.А. Вейхман – to want [Вейхман 2001: 36], З.К. Долгополова – глаголы to have и to be [Долгополова 1961: 76]) По классификации Y. Nakutani насчитывается девятнадцать модальных глаголов, включая used to, had better, had best, to be going to, to be about to [Nakutani 1972: 13]. Т. А. Барабаш выделяет десять модальных глаголов [Барабаш 2001]. Модальные глаголы занимают промежуточное место между служебными и смысловыми глаголами. Модальность данной группы глаголов состоит в их лексических значениях, выражающих различные субъективные отношения адресанта речи к высказыванию.

К группе модальных глаголов, выражающих возможность в английском языке, относятся глаголы: **can, will и may** [Merriam Webster 2003: 55].

Модальный глагол **can** не функционирует как самостоятельный член предложения и выражает возможность совершения действия основного глагола. Модальный глагол can может образовывать различные семантические поля модальных значений с другими средствами выражения модальности [Барабаш 2001: 200]. Он может выражать различные оттенки значений:

**1) Физическая и интеллектуальная возможность.** В данном случае модальный глагол can употребляется с неперфектным инфинитивом основного глагола [Барабаш 2001]. Такое употребление означает, что когда адресант рассматривает действия, как возможное или невозможное без каких-либо условий, т. е. осуществление действия основного глагола не зависит от каких-то причин и соответствует действительности.

Рассмотрим некоторые примеры из Нового Завета, переведенного на английский язык Джоном Филипсом:

You *can* see clearly enough to remove your brother's speck of dust (Matthew 7: 3-5).

The man looked up and said, «I *can* see people» (Mark 8: 24).

**2) Возможность совершения действия в силу сложившихся обстоятельств** - когда адресант оценивает действия с точки зрения его возможности или невозможности, зависящие от каких-либо причин, вытекающих из наличия условий для осуществления действия основного глагола [Качалова 2003: 221]. Наличие или отсутствие условий для возможности осуществления действия часто становятся очевидными из контекста.

"Do you believe I can do it?" he said to them. "Yes, Lord," they replied (Matthew 9: 27–28).

**3) Возможность совершения действия, основанная на разрешении** - когда адресант выражает просьбу или согласие к осуществлению действия основного глагола.

По словам Е. И. Беляевой, "модальный глагол *can* выражает возможность, которой обусловлена наличием разрешения, исходящего от определенного лица и распространяющего на определенных участников ситуации в момент речи" [Беляева 1985: 49]. Данные конструкции употребляются в утвердительных, вопросительных и восклицательных предложениях. Например:

If any man is thirsty, he *can* come to me and drink! (John 7: 37–42);

"You *can* go home," returned Jesus, "your son is alive and well." (John 4: 50)

"*Can* you expect wedding-guests to mourn while they have the bridegroom with them?" (Matthew 9: 15).

**4) Маловероятность или сомнение** – когда адресант выражает сомнение или удивление к совершению действия. В таких конструкциях модальному глаголу *can* присущ эмфатический оттенок. Он используется в вопросительных и отрицательных предложениях. Например:

"But how *can* I show what the people of this generation are like? (Matthew 11: 16–19).

В отличие от других глаголов отрицательная форма модального глагола *can* образуется без помощи глагола *to do*, а при помощи отрицательной частицы *not*, как в приведенных примерах:

You *cannot* serve God and the power of money at the same time (Matthew 6: 24);

"Where you *cannot* follow now, though you will follow me later" (John 13: 36).

Наиболее употребляемая отрицательная форма глагола *can*- сокращенная форма *can't* в настоящем времени и *couldn't* в прошедшем. Однако в связи со спецификой перевода текстов Нового Завета такие формы в них отсутствуют.

Глагол **will** по своим лексическим значениям можно отнести к группе модальных глаголов, выражающих возможность, но если сравнивать его с модальным глаголом **can**, то он выражает возможность совершения действия основного глагола, основанного на волеизъявлении адресанта.

Модальный глагол *will* относится к дефективным глаголам. Его дефективность заключается в отсутствии неличных форм глагола, т. е. он не имеет формы Infinitive, Participle I, Participle II и Gerund. Модальный глагол *will* в сочетании с глаголами в изъявительном наклонении употребляется для выражения возможности совершения действия, основанной на воле и желании адресанта. В зависимости от контекста он может выражать следующие оттенки значения:

**1) Волеизъявление** - когда адресант выражает сильное желания к осуществлению действия, относящего к настоящему времени.

Модальный глагол *will* для выражения данного значения употребляется в первом лице ед. числа [Барабаш 2001: 213].

Come and follow me, and I *will* teach you to catch men!" he cried (Mark 1: 16–17);

"Ask me anything you like and I *will* give it to you!" (Mark 6: 21-23).

**2) Приказ.** Для выражения приказа модальный глагол *will* в глагольных конструкциях употребляется во втором и третьем лицах и сочетается с простым инфинитивом основного глагола [Барабаш 1983: 212].

She *will* give birth to a son, whom you will call Jesus (Matthew 1: 18–21);

"Then we *will* go somewhere else, to the neighbouring towns," he replied, "so that I may give my message there too – that is why I have come" (Mark 1: 38).

**3) Нежелание совершать действие** – отношения невозможности совершения действия, основанной на воле и желании говорящего. Для выражения данного значения модальный глагол *will* употребляется в отрицательной форме в сочетании с неперфектным инфинитивом, что означает отношение к настоящему времени и не может относиться к будущему [Зверева 1982: 87–89].

You will not go in yourselves neither will you allow those at the door to go inside (Matthew 23:13–14).

**4) Совет или рекомендация** – для выражения такого значения модальный глагол *will* употребляется в форме Present Indefinite вместе с инфинитивом [Барабаш 1983: 213]. *Например:*

*May your kingdom come, and your will be done on earth as it is in heaven (Matthew 6: 5–13).*

**5) Просьба** – модальный глагол *will* стоящий во втором лице выражает вежливый вопрос или просьбу.

*Look after him, will you? (Luke 10: 30–36);*

*Will you give the order then to have the grave closely guarded until the third day, so that there can be no chance of his disciples' coming and stealing the body and telling people that he has risen from the dead? (Matthew 27: 62–64).*

**6) Твердая решимость** – когда адресант выражает твердую решимость осуществить действие.

*"I will come and heal him," said Jesus to him (Matthew 8: 7).*

**7) Согласие** – когда адресант выражает отношение приемлемости осуществления действия.

"What shall I do now? I *will* send them my son who is so dear to me. Perhaps they will respect him (Luke 20: 9–16).

Модальный глагол *will* – **неправильный глагол** прошедшая форма которого – **would**, который употребляется в препозиции к основному глаголу, стоящего в форме Indefinite Infinitive без частицы **to**.

Данная конструкция модального глагола **will** выражает отношение возможности совершения действия, основанной на волеизъявлении, относящего к прошедшему времени.

Сочетание формы Past Indefinite Tense модального глагола **will** с Indefinite Infinitive основного глагола имеет следующие оттенки значения:

**8) Сильное желание** - когда адресант выражает отношение возможности осуществления действия основного глагола, основанной на своем желании в прошедшем времени.

*"Lord, why can't I follow you now? said Peter. "I would lay down my life for you!" (John 13: 37).*

Отрицательная форма глагола **will** образуется при помощи отрицательной частицы **not**, которая ставится за ним перед основным глаголом, без вспомогательного глагола. Для образования отрицательных форм полнозначные глаголы в английском языке употребляются с помощью вспомогательных глаголов (to do, to have, to be) с отрицательной частицей **not**.

*"Don't criticise people, and you will not be criticised (Matthew 7: 1-2).*

Модальный глагол **may** тоже относится к дефективным глаголам. Его дефективность определяется отсутствием неспрягаемых форм глагола, что означает отсутствие формы инфинитива, Participle I (причастие настоящего времени), формы Participle II (причастие прошедшего времени) и Gerund.

Спрягаемые формы модального глагола **may** в английском языке представлено двумя наклонениями: Indicative Mood, Subjunctive Mood.

Основной глагол в глагольных конструкциях с модальным глаголом **may** употребляется в форме инфинитива без частицы **to**, представляя сложную глагольную форму. Данные конструкции в предложении выступают в роли сложного модального сказуемого.

Модальный глагол **may** имеет две формы – настоящее – **may** и прошедшее время – **might**, которые выражают в зависимости от контекста разные оттенки значения.

Своим лексическим значением модальный глагол **may** выражает отношения возможности совершения действия, основанной на предположении. В зависимости от грамматической формы и условия контекста он может выражать разные оттенки значения, такие как предположение, запрет, разрешение, просьба, отсутствие препятствия. Следовательно, модальный глагол **may** является многозначным.

Модальный глагол **may** в форме Present Indefinite Tense в сочетании с Indefinite Infinitive основного глагола употребляется для выражения следующих значений:

**1) Предположения в правдоподобии**, которое может осуществиться в настоящем или будущем, но может и не осуществиться, т.е. когда говорящий не вполне уверен в совершении действия основного глагола [Зверева et al. 1967: 58)]. Например:

Come to terms quickly with your opponent while you have the chance, or else he *may* hand you over to the judge and the judge in turn hand you over to the officer of the court and you will be thrown into prison (Matthew 5: 25–26).

**2) Разрешение или просьба** – в этом значении модальный глагол *may* употребляется в утвердительных и вопросительных предложениях:

You *may* be certain that your heart will be there too! (Matthew 6: 19–21).

**3) Запрет** – в этом значении модальный глагол *may* выражает оттенки значения недопущения возможности действия основного глагола, основанного на позволении. Данное значение встречается только в отрицательных предложениях.

Прошедшая форма модального глагола *may* является форма – **might**. Форма *might* свидетельствует о принадлежности к неправильным глаголам, которые имеют особую форму прошедшего времени. Сочетание формы *might* с Indefinite Infinitive основного глагола выражает следующие значения:

**1) Предположение** – возможность совершения действия, которое может произойти, но может и не произойти.

There *might* not be enough for all of us (Matthew 25: 1–13).

**2) Запрет.** В этом значении употребляются только в отрицательных предложениях:

He *might* not have to face the ordeal (Mark 14: 35).

В функциональном отношении модальный глагол **must** так же является служебным, поскольку основное значение выражается основным глаголом, а он выражает лишь отношения необходимости к совершению действия основного глагола [Качалова 2003: 329–232]. В сочетаниях основной глагол располагается после модального глагола **must** в форме инфинитива без частицы **to**.

Модальный глагол *must* также называют дефектным глаголом. Его дефектность определяется отсутствием неспрягаемых форм глагола, т. е. он не имеет ни форму инфинитива, ни Participle I (причастие настоящего времени) и ни форму Participle II (причастие прошедшего времени).

Глагол *must* употребляется для выражения следующих оттенков значения необходимости:

**1) Внутренняя осознанная необходимость** - действие, которое еще не совершилось, но совершится субъективным мнением говорящего, т. е. говорящий утверждает, что процесс совершения или состояния является необходимостью, например:

I'm sure you **must be** very pleased.

**2) Вынужденность совершения действия, обусловленная объективными причинами**, когда говорящий вынужден совершить действия в силу каких-то обстоятельств, которые могут быть указаны или могут быть не указаны в предложении. Например:



***But I must journey on today, tomorrow, and the next day, for it would never do for a prophet to meet his death outside Jerusalem! (Luke 13: 33).***

**3) Настоятельный совет или приказ** – действие, обращенное ко второму или третьему лицу, которое, по мнению говорящего, нужно осуществить. Например:

***You must be on the alert then (Matthew 24: 42–44).***

**4) Запрет** - когда говорящий выражает категорическое запрещение совершения действия. В английском языке для выражения значения запрета модальный глагол **must** в отрицательной форме сочетается с формой Indefinite Infinitive основного глагола [Барабаш 1983: 30].

Отрицательная форма глагола **must** образуется с помощью отрицательной частицы **not**, которая следует за ним перед основным глаголом: **must not**.

You must not think I have come to abolish the Law or the Prophets (Matthew 5: 17–20).

Модальный глагол **should**, как и модальный глагол **must**, ограничен грамматическими формами глагола. Он имеет только одну форму. В глагольных конструкциях модальный глагол **should** употребляется в препозиции к основному глаголу, который требует, чтобы основной глагол стоял в форме инфинитива без частицы **to**. Данная конструкция выполняет функцию составного модального сказуемого в предложении. Вопросительную и отрицательную форму он образует без вспомогательного глагола.

Сочетание модального глагола **should** с формой Indefinite Infinitive основного глагола служит для выражения необходимости совершения действия, относящегося к настоящему или будущему времени. Данная конструкция в значении необходимости имеет следующие оттенки значения:

**1) Необходимость совершения действия**, вызванная субъективным мнением говорящего, действие, которое, по мнению говорящего, нужно совершить, независимо от объективных обстоятельств.

"Christ" should be born (Matthew 2: 3-6).

**2) Необходимость совершения действия**, вызванная объективными причинами – действие еще не совершилось, но должно совершиться в силу каких-то объективных причин, независящих от желания говорящего.

"Master, Moses said if a man should die without any children, his brother should marry his widow and raise up a family for him (Matthew 22: 23-28).

**3) Запрет или указание не совершать действие** – действие, которое, по мнению говорящего, не следует совершать:

They should not make him conspicuous by their talk (Matthew 12: 16–21).

Модальный глагол **ought** является дефективным глаголом, поскольку имеет только одну форму. Вопросительная и отрицательная форма этого глагола, как правило, образуется без вспомогательного глагола, но в разговорной речи возможны случаи употребления вспомогательного глагола *to do* [Зверева et al. 1967: 16–17].

Отличительная особенность модального глагола **ought** проявляется в том, что он после себя требует основной глагол в форме полного инфинитива, т.е. инфинитив основного глагола употребляется с частицей **to**. Для выражения различных оттенков значения необходимости модальный глагол **ought** сочетается с двумя формами инфинитива основного глагола: Indefinite Infinitive и Perfect Infinitive.

Сочетание модального глагола **ought** с неперфектным инфинитивом используется для выражения необходимости совершения действия относящегося к настоящему времени. В данном значении он передает следующие оттенки значения:

**1) Необходимость совершения действия, вызванная субъективным мнением говорящего**, указывает на то, что действие, по мнению говорящего, необходимо совершить в силу морального долга или обязательства. Для выражения данного значения модальный глагол **ought** употребляется с местоимением 1-го лица.

We are not much good as servants, for we have only done what we ought to do (Luke 17: 7–10).

**2) Совет или приказ** – совершить действие, в необходимости которого говорящий убежден. Данное значение выражается в сочетании с местоимениями 2-го и 3-го лица.

Then you ought to have put my money in the bank, and when I came out I should at any rate have received what belongs to me with interest (Matthew 25: 26–30).

Единственный модальный глагол, который используется в форме инфинитива, является модальный глагол **to have**. По поводу принадлежности глагола **to have** к группе модальных глаголов существуют различные мнения. Одни лингвисты считают его как эквивалентом модального глагола **must**, другие синонимическим оборотом, но в современном английском языке его рассматривают как модальный глагол. Отличительные особенности модального глагола **to have** от других модальных глаголов проявляются в следующем: он имеет всю парадигму группы Indefinite в системе глагола в английском языке; вопросительная и отрицательная форма модального глагола **to have** образуется, как правило, при помощи вспомогательного глагола **to do**; он спрягается по лицам и числам в глагольных сочетаниях [Зверева et al. 1967: 23].

В значении необходимости совершения действия, относящегося к настоящему времени, модальный глагол **to have** употребляется в форме настоящего времени **have, has** и имеет следующие оттенки значения:

**1) Вынужденность действия** - действие должно совершиться в силу обстоятельств, не зависящих от действующего лица [Зверева et al. 1967: 23].

**"Can you to drink what I have to drink?" (Matthew 20: 22).**

**2) Надобность действия** - в силу каких-то причин действующему лицу нужно совершить действие [Зверева et al. 1967: 24]. **Например:**

I tell you that men will *have to* answer at the day of judgment (Matthew 12: 34–37).

Наличие грамматических форм модального глагола **to be** отражено в двух формах времени изъявительного наклонения: Present Indefinite и Past Indefinite. Как и другие модальные глаголы, модальный глагол **to be** употребляется в препозиции к основному глаголу, но в отличие от большинства модальных глаголов он требует после себя основной глагол в форме полного инфинитива. Другой дифференциальный признак модального глагола **to be** отражается в его спряжении. Конструкция с модальным глаголом **to be** выполняет функцию модального составного сказуемого в предложении, в котором грамматическим центром является модальный глагол **to be**. Различные оттенки значения необходимости выражаются в зависимости от грамматических форм модального глагола **to be**.

Данные сочетания выражают следующий оттенок значения необходимости:

Необходимость совершения действия в будущем, вызванная объективными причинами, которые могут быть не указаны в предложении:

We Jews are worshipping with our eyes open, for the salvation of mankind is to come from our race (John 4: 21–24).

Итак, категория модальности может содержать в себе большой круг значений. Семантически модальные глаголы выражают отвлеченные модальные значения возможности, необходимости, целесообразности, желательности и т.д. Модальные глаголы являются служебными и в совокупности с основными глаголами образуют сложное сказуемое. Только два модальных глагола имеют личную форму: *to be* и *to have*. Рассмотренные модальные значения с разной частотностью актуализируются в текстах Нового Завета на английском языке в переводе, выполненном Джоном Филипсом.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Барабаш Т. А. Грамматика английского языка : учебное пособие / Т. А. Барабаш. – М. : ЮНБЕС, 2001. – 256 с.

2. Беляева З. Ф. Сравнительный анализ модальных глаголов и сочетаний в американской научно-технической и художественной литературе : автореф. дис. ...канд. филол. наук / З. Ф. Беляева. – Калинин, 1973. - 26 с.

3. Вейхман, Г. А. Новое в английской грамматике / Г. А. Вейхман. – М. : ООО Изд-во "Астрель", 2001. – 128 с.



4. Долгополова З. К. Модальные глаголы в английском языке / З. К. Долгополова. – М., 1961. – 86 с.
5. Зверева Е. А. Научная речь и модальность (система английского глагола) / Е. А. Зверева. – Л. : Наука, 1983. – 158 с.
6. Зверева Е. А. Модальные глаголы в английском языке / Е. А. Зверева, О. Н. Труевцева, Н. С. Щукарева. – Л. : Наука, 1967. – 240 с.
7. Качалова К. Н. Практическая грамматика английского языка / К. Н. Качалова, Е. Е. Израилевич. – М. : ЮНБЕС, 2003. – 718 с.
8. Хлебникова И. Б. Сослагательное наклонение в английском языке / И. Б. Хлебникова. – Калинин, 1971. – 174 с.
9. Bouma L. On contracting the semantics of modal auxiliaries of German and English / L. Bouma. – *Lingua*, 1975. – P. 313–339.
10. Hakutani Yoshinobu. English modal auxiliaries / Yoshinobu Hakutani // *Linguistics*. – 1972. – № 90. – P. 11–19.
11. Merriam-Webster's Dictionary for Students. – United States of America: Federal Street Press, 2003. – 474 p.
12. Strang B. Modern English structure / B. Strang. – London, 1974. – 264 p.
13. Phillips J. B. Translation of the NEW TESTAMENT / J. B. Phillips. – Available at: <https://www.ccel.org/bible/phillips/JBPNT.htm> (date of access: 20.07.2021).

## **СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ В РЕЧИ МИНИСТРА ИНОСТРАННЫХ ДЕЛ ВЕЛИКОБРИТАНИИ И ГОССЕКРЕТАРЯ США**

**Шитоева Е.В.**  
**Санкт-Петербург, Россия**

**Аннотация.** В статье рассматриваются прецедентные феномены в заявлениях министра иностранных дел Великобритании Доминика Рааба и госсекретаря США Энтони Блинкена. Дается сопоставительный анализ использования прецедентных феноменов по сферам-источникам.

**Ключевые слова:** прецедентные феномены, прецедентное имя, прецедентная ситуация, прецедентный текст, прецедентное высказывание

**Abstract.** The article deals with precedent phenomena in the statements of the British Foreign Secretary, Dominic Raab, and the US Secretary of State, Anthony Blinken. A comparative analysis of the use of precedent phenomena by source spheres is given.

**Keywords:** precedent phenomena, precedent name, precedent situation, precedent text, precedent statement

На сегодняшний день дипломатический дискурс изучается специалистами разных областей. Происходит это потому, что дипломатический дискурс в тех или иных коммуникативных ситуациях соприкасается с различными дискурсами. Лингвистические же исследования дипломатического дискурса направлены на изучение языка дипломатии как социолингвистического феномена, а также на выявление его специфических особенностей [Яппарова 2016: 165].

Л.М. Терентий при анализе дипломатического дискурса отмечает, что специфика дипломатии определяется, прежде всего, особенностями ее агента и клиента. Агент и клиент представлены профессиональными дипломатами, сотрудниками дипкорпуса, основная цель которых – достичь согласия в переговорном процессе при решении определенных международных проблем [Терентий 2010: 7].

Изучение языковых средств современной дипломатии, а также всесторонний анализ дипломатического текста позволяют рассмотреть основные аспекты процесса функционирования международного взаимодействия, оценить успешность дипломатической коммуникации, принимающей разнообразные формы.

В данной статье мы рассматриваем такой языковой феномен, как «прецедентность». Проанализировав ряд определений прецедентных единиц, мы придерживаемся мнения, что прецедентные единицы – это языковые клише и штампы разного уровня, стереотипы, фрейм-структуры, устойчивые сравнения и другие единицы, которые представляют собой определенный «стереотипный образно-ассоциативный комплекс», значимый для определенного социума и регулярно актуализирующийся в речи представителей этого социума [Караулов 1987: 216].

На основе классификации, созданной Д.Б. Гудковым, И.В. Захаренко, В.В. Красных и Д.В. Багаевой, можно выделить следующие виды прецедентных феноменов: 1) прецедентная ситуация; 2) прецедентный текст; 3) прецедентное имя; 4) прецедентное высказывание [Красных 2003: 375].

В данной статье мы анализируем прецедентные феномены, использованные в официальных выступлениях министра иностранных дел Великобритании Доминика Рааба и государственного секретаря США Энтони Блинкена. Чтобы произвести сопоставительный анализ прецедентных феноменов, мы распределили все прецедентные феномены по типам и сферам-источникам их употребления, сопоставили использованные в речи дипломатов прецедентные феномены, с последующим выявлением общих и национальных особенностей их использования.

Для решения поставленных задач было проанализировано 7 текстов официальных выступлений Энтони Блинкена, в результате чего было выявлено 26 прецедентных феноменов. Наиболее часто встречающимся типом оказались прецедентные имена (69 %), далее, в порядке убывания по признаку частотности, встречаются прецедентные

тексты (23 %), затем следуют прецедентные ситуации (2 %); наиболее редко встречающимися являются прецедентные высказывания (1 %).

Чтобы выявить мировые и национальные закономерности использования прецедентных высказываний, а также получить общие представления о культурном и интеллектуальном фонде определенного народа, что позволит улучшить связи и взаимопонимание между разными странами, необходимо определить, к каким сферам-источникам относятся используемые дипломатическими лидерами прецедентные высказывания. В ходе исследования были обнаружены прецедентные высказывания, относящиеся к таким сферам-источникам, как:

- 1) дипломатия (42 %);
- 2) политика (30 %);
- 3) пандемия (16 %);
- 4) экология (8 %);
- 5) война (4 %).

Рассмотрим наиболее подробно данные сферы-источники в порядке убывания их частотности.

#### Сфера-источник «Дипломатия»

По результатам анализа прецедентных феноменов в речи Энтони Блинкена обнаружилось, что самой актуальной сферой является «дипломатия». Данная сфера (42 %) представлена несколькими типами прецедентных феноменов, а именно прецедентными именами и текстами.

Прецедентные имена в свою очередь представлены именами дипломатов, как, например, в следующем заявлении:

“I had the opportunity to spend some time with counterparts from the Canadian Government and with **Prime Minister Trudeau** just a short while ago”.

Также прецедентные имена представлены названиями организаций:

“The scale of this emergency can be addressed only through a sustained and coordinated effort by a broad range of donors, **UN** agencies, and NGOs”.

Кроме этого, прецедентные имена выражены документами. Наиболее часто упоминаемые документы в заявлениях дипломата – соглашения:

“First, as we’ve said, we very much support the **Abraham Accords**”.

“We rejoined, of course, the **Paris accord**”.

Прецедентные тексты представлены декларациями прав человека:

“The United States is committed to a world in which **human rights** are protected, their defenders are celebrated, and those who commit human rights abuses are held accountable”.

“Promoting respect for **human rights** is not something we can do alone, but is best accomplished working with our allies and partners across the globe”.

Конкретное выражение прав человека может незначительно отличаться в различных документах в разных странах. Дипломаты стремятся убедить аудиторию своей речью, поэтому используют фоновые знания адресата, зная, что для них права и свободы являются важной ценностью. Таким образом, самая апеллируемая - это Всеобщая декларация прав человека.

#### Сфера-источник «Политика»

Следующей по частотности апеллирования является сфера «Политика» (30 %). К данной сфере были отнесены все политические деятели, различные события, произошедшие как на мировой политической арене, так и во внутренней политике, а также прецедентные высказывания, относящиеся к политической сфере.

Наиболее частотным типом прецедентных феноменов являются прецедентные имена. Они представлены названиями организаций и именами политиков и мировых лидеров, чаще всего американских президентов:

“**President Biden** is committed to a foreign policy that unites our democratic values with our diplomatic leadership, and one that is centered on the defense of democracy and the protection of human rights”.

“Even if I didn’t I wouldn’t have much choice, because during **President Obama**’s administration my wife actually ran these programs at the State Department, so it’s something that’s really close to home”.

“So when **President Biden** signed the executive order in question, one of the things he said is we’re going to review the oil and gas leasing program”.

Такое частое упоминание американских президентов позволяет влиять на сознание слушателей с большей силой.

#### Сфера-источник «Пандемия»

Данная сфера (16 %) представлена двумя типами прецедентных феноменов, а именно прецедентными именами и прецедентными ситуациями.

Госсекретарь Энтони Дж. Блинкен на мероприятии по случаю гуманитарного кризиса в Йемене отметил, что масштабы этой чрезвычайной ситуации, которые обострились за счет пандемии, могут быть устранены только за счет постоянных и скоординированных усилий:

“In relation to Iraq, clearly the economic challenges are compounded by **COVID-19**, as well as the fall in oil prices”.

На вопрос журналистки о том, что должна сделать канадская сторона, чтобы граница с США вновь была открыта, секретарь Энтони Блинкен заявил, что они будут прислушиваться к Центру по контролю за заболеваниями:

“And we must act fast, because the economic crisis and the **COVID-19** pandemic are making the humanitarian crisis even worse”.

### Сфера-источник «Экология»

Данная сфера (2 %) представлена только прецедентными именами. В свою очередь имена сводятся к названиям организаций, занимающихся проблемами экологии:

“We’re cooperating closely between governments across the Arctic region and in regional institutions like **the Arctic Council**”.

Также прецедентные имена представлены названиями международных конференций по защите окружающей среды:

“We’ll be holding a meeting of leaders in April, and then there’s a very, very important gathering at the – toward the end of the year that the United Kingdom will be hosting in Glasgow for the **COP-26**”.

### Сфера-источник «Война»

Данная сфера является наименьшей по количеству прецедентных феноменов (4 %). В приведенном ниже примере прецедентный феномен является прецедентной ситуацией:

“After **World War I** there was an abhorrence of the use of chemical weapons, and countries worked together over decades to establish a norm against their use, and it took hold”.

Энтони Блинкен во время интервью с Розмари Бартон из канадской радиовещательной корпорации затронул различные важные темы, в том числе и обстановку в Китае и Гонконге. Он отметил, что в настоящее время в мире недооцениваются негативные последствия применения химического оружия, и упомянул события Первой мировой войны, из-за которых была установлена норма его применения.

Таким образом, мы видим, что ни одна сфера не представлена всеми типами прецедентных феноменов. В сфере-источнике «Политика» наличие только одного типа прецедентных феноменов объясняется тем, что использование прецедентных имен политических лидеров, знакомых широкому слушателю, позволяет дипломату донести свою мысль до адресата и звучать убедительнее. В сферах «Экология» и «Война» наличие прецедентных ситуаций объясняется стремлением дипломата проиллюстрировать события, произошедшие в экологической и военной сфере. Обращение к прецедентным текстам в сфере «Дипломатия» обусловлено характерной особенностью госсекретаря США апеллировать в своих высказываниях к текстам различных документов, чтобы объяснить ту или иную политическую и экономическую ситуацию.

Для решения поставленных задач было проанализировано 8 текстов официальных выступлений Доминика Рааба, в результате чего было выявлено 35 прецедентных феноменов. Наиболее часто встречающимся типом оказались прецедентные имена (72 %); далее, в порядке убывания по признаку частотности апелляции встречаются прецедентные ситуации (20 %), затем следуют прецедентные тексты (8 %); наиболее редко используются прецедентные высказывания (1 %).

В ходе исследования были выявлены прецедентные высказывания, относящиеся к таким сферам-источникам, как:

- 1) дипломатия (36 %);
- 2) политика (26 %);
- 3) война (16 %);
- 4) экология (14 %);
- 5) пандемия (8 %).

Рассмотрим наиболее подробно данные сферы-источники по порядку убывания их частотности.

#### Сфера-источник «Дипломатия»

По результатам анализа прецедентных феноменов в речи Доминика Рааба обнаружилось, что самой актуальной сферой является «дипломатия». Данная сфера (36 %) представлена несколькими типами прецедентных феноменов, а именно прецедентными именами и текстами.

Прецедентные имена в свою очередь сводятся к названиям организаций:

“This includes an **OSCE** investigation, an urgent debate at the Council in September, and greater support for civil society and the independent media”.

Также имена представлены названиями различных документов, например:

“The National Security Law is a clear breach of **the Sino-British Joint Declaration** and is having a chilling effect on personal freedoms”.

Большинство прецедентных текстов в речи дипломата отсылают слушателей к текстам при помощи прецедентного имени:

“Professor **Benedek’s report** has provided undeniable evidence of systematic human rights abuses and electoral fraud”.

#### Сфера-источник «Политика»

Данная сфера (26 %) представлена только одним видом прецедентных феноменов. В своих заявлениях Доминик Рааб прибегает к использованию только прецедентных имен, в частности названий организаций:

“**NATO** is the most successful alliance in history and at a time when our adversaries are operating in the space between peace and war - launching cyber-attacks and spreading disinformation - it is more important than ever”.

“The UK has also led strong statements from **the G7** and the UN Security Council condemning the situation”.

#### Сфера-источник «Война»

Данная сфера по частотности употребления прецедентных феноменов стоит на третьем месте и составляет 16 %. Большую часть данной сферы составляют прецедентные ситуации:

“That agreement built trust between our countries at a crucial moment during **the Cold War**”.

На виртуальной встрече Совета министров ОБСЕ министр иностранных дел Доминик Рааб в своей речи апеллирует к прецедентной ситуации Холодной войны, утверждая, что заключенный Хельсинский акт укрепил доверие между странами в решающий момент Холодной войны.

“We’ve seen this with the large-scale military hostilities between **Armenia** and **Azerbaijan**, where civilian populations have been shelled”.

Развивая тему Хельсинского акта, Доминик Рааб говорит о том, что его принципы продолжают нарушаться, и призывает все государства-участники работать над восстановлением доверия.

Сфера-источник «Экология»

Данная сфера (14 %) представлена прецедентными ситуациями и именами:

“As **COP26** President and G7 President next year we will work closely with our Indian friends, as they return to the UN Security Council, to boost trade, promote peace and work together as a force for good throughout the Indo-Pacific”.

Министр иностранных дел Великобритании Доминик Рааб заявляет о стремлении к более тесным отношениям с Индией и упоминает тот факт, что Великобритания в качестве президента COP-26 ценит то, что Индия является участником данной конференции.

“Based on our example at home and leveraging our aid spend abroad, we will galvanise global action so leaders bring forward ambitious, game-changing commitments at **COP26**”.

Также Доминик Рааб призывает все страны – участники конференции к действиям или по меньшей мере к выводам относительно того, как можно повлиять на изменение климата. Он призывает страны поделиться идеями относительно данной темы на ежегодной конференции ООН по изменению климата, которая пройдет в Глазго в 2021 году.

Сфера-источник «Пандемия»

Следующая сфера-источник (8 %) представлена прецедентными ситуациями, точнее, одной ситуацией, охватившей весь мир в конце 2019 года:

“Due to the seismic impact of the **pandemic**, the UK is facing the worst economic contraction in more than 300 years and a budget deficit double that at the peak of the financial crisis”.

В статье об адресной помощи для Financial Times Доминик Рааб подчеркивает, что Великобритания будет финансировать борьбу с болезнями, связанными с пандемией, захватившей весь мир.

Для сопоставительного анализа использования прецедентных феноменов в высказываниях дипломатов Великобритании и США необходимо обратиться к таблице.

Таблица 1

**Классификация прецедентных феноменов в текстах  
официальных выступлений министра иностранных дел  
Великобритании Доминика Рааба и госсекретаря  
Соединенных Штатов Америки Энтони Блинкена**

Сферы-источники	ПФ в речи Энтони Блинкена (%)	ПФ в речи Доминика Рааба (%)
Дипломатия	42	36
Политика	30	26
Война	4	16
Экология	8	14
Пандемия	16	8

Исходя из данных таблицы, можно сделать вывод, что наиболее часто оба дипломата используют в своих речах прецедентные феномены, относящиеся к сфере-источнику «Дипломатия» (в свою очередь Энтони Блинкен использует их немного чаще). Это довольно предсказуемо, так как они являются непосредственными представителями данной сферы. В сфере-источнике «Политика» процент употребления прецедентных феноменов в речах Энтони Блинкена немного выше, что можно объяснить, на наш взгляд, активной внешней политикой США. В сфере-источнике «Война» процент употребления прецедентных феноменов в проанализированных высказываниях Доминика Рааба намного выше, так как в своих заявлениях он часто упоминает события, происходящие на мировой арене, в том числе и военные действия. Процент использования прецедентных феноменов, относящихся к сфере-источнику «Экология», в речах Доминика Рааба немного выше: это объясняется тем, что международная конференция по защите климата должна пройти на территории Соединенного Королевства, и это возлагает определенную ответственность на его представителей. Процент использования прецедентных феноменов, относящихся к сфере-источнику «Пандемия» в два раза выше в речах Энтони Блинкена: возможно, это обусловлено тем, что США хуже справлялись с COVID-19.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М., 1987. – 216 с.
2. Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? / В. В. Красных. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 375 с.



3. Терентий Л. М. Специфика дипломатического дискурса как формы коммуникации / Л. М. Терентий // Известия ВГПУ. – 2010. – № 10 (54). – С. 7–11.

4. Яппарова В. Н. Дипломатический дискурс как объект междисциплинарного исследования / В. Н. Яппарова // Филология и культура. – 2016. – № 2 (44). – С. 165–170.

**КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ «ПРИВАТНОГО» И «ПУБЛИЧНОГО»  
В СЕТЕВОМ ДИСКУРСЕ**

Галичкина Е.Н.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** В статье охарактеризованы основные особенности коммуникативного поведения участников Инстаграм-дискурса в ситуации приватного общения. Выявлены лингвистические маркеры приватности в сетевом дискурсе. Предложено выделить два типа профиля в Инстаграм: персональный и институциональный. Описаны ключевые составляющие коммуникативной модели интимизации сетевого общения. Представлены результаты анкетирования, позволившего изучить отношение респондентов к распространению приватной информации о себе и о своем «ближнем круге» в условиях сетевого общения.

**Ключевые слова:** интернет-дискурс, сетевой дискурс, интернет-общение, сетевое общение, коммуникация в Интернет, приватная коммуникация, публичная коммуникация

**Abstract.** The paper deals with characteristics of Instagram users' communicative behaviour. Language markers of privacy in Instagram discourse are identified. Two types of Instagram profiles are singled out: personal and institutional. The key constitutive components of intimidating network communication are analyzed. The survey results show respondents' attitude to sharing private information on the Internet.

**Keywords:** Internet-discourse, network discourse, online communication, private communication, public communication.

Стремительное развитие социальных сетей в начале 2000-х годов привело к изменению в характере коммуникации между участниками сетевого общения. Суть этого изменения, на наш взгляд, связана с пониманием «приватного» и «публичного». Цель статьи – проанализировать специфику коммуникативного поведения участников Инстаграм-дискурса в ситуации приватного общения, выявить маркеры приватного в Инстаграм-дискурсе. Источниками материала исследования послужили тексты инстаграм-страниц, отражающие проявление приватного в речи участников сетевой коммуникации. В общей сложности проанализировано 300 примеров, включая сториз и контексты комментариев к постам. В качестве основной единицы исследования

рассматривался текстовый фрагмент частного общения в Инстаграм-дискурсе.

Рассмотрим содержание понятий «частная сфера» и «публичная сфера» по И. Гофману [Гофман 2000: 200]. Частная сфера, в его понимании, связана с естественным поведением человека, это зона заднего плана, куда допускаются люди ближнего круга (члены семьи, друзья) и не допускаются посторонние, незнакомые люди, в то время как публичная сфера – это зона переднего плана, она подобна социальному спектаклю, это показное поведение на публику. Частная сфера – это пространство личной безопасности, где можно проявить личные чувства, быть самим собой. Эта сфера предоставляет простор для проявления настоящих чувств, в то время как публичная сфера – это сфера контроля производимого впечатления с помощью показного поведения.

В условиях сетевого общения традиционная модель коммуникативной дистанции Э. Холла изменилась [Hall 1969: 150]. В ней частное четко противопоставлено публичному. Вместе с тем, в современном сетевом дискурсе границы между частным и публичным оказались размыты. Сетевое пространство публично по своей сути. Это «место» совместного общения, споров, дискуссий. Оно подобно Древнегреческой Агоре (рыночная площадь в древнегреческих полисах, место общегражданских собраний), где каждый может поделиться информацией, высказать свою точку зрения, доступную критике.

Сетевая публичная сфера «открыта» для всех, кто имеет в неё доступ (свою страницу, аккаунт, блог, канал). Вся информация, которая размещается в данном пространстве, потенциально адресована всем и мгновенно становится публичной, общей. Таким образом, коммуникативная дистанция между участниками сетевого общения стремительно сокращается. Личная информация, которая раньше у Гофмана входила в зону заднего плана может стать публичной. Как результат, сфера публичного в сетевом пространстве разрастается, а сфера частного сокращается. Постепенно у участников сетевой коммуникации снижается вектор ограничения, конвенциональности и самоконтроля. То, что раньше скрывалось от окружающих и связывалось с чувством стыда, было неприлично и считалось недопустимым на публике, сегодня вышло на передний план. Все эмоциональное, телесное выставляется на всеобщее обозрение. Авторы блогов в Инстаграм пишут не только об обыденных вещах, что они ели, какой сон видели, как и с кем проводят свободное время, чем увлекаются, как путешествуют, но и делятся своим внутренним миром, личными переживаниями, сокровенными чувствами, эмоциями, мыслями, проблемами, секретами и страхами.

Описывая феномен выдвижения интимного на всеобщее обозрение, социологи используют термин «деинтимизация» [Гидденс 2004], понимая под ним процесс, при котором информация, которая является

лично-интимной для индивида и маркируется как приватная в общественном мнении, выносится (случайно или добровольно) на публичное обозрение. В связи с деинтимитизацией сетевого пространства расширяются паттерны коммуникативного поведения пользователей, что и обуславливает актуальность изучения лингвистических маркеров приватного.

Сегодня социальная сеть – это интернет-ресурс, предоставляющий возможность общения субъектов со схожими интересами [Карасик 2019: 50, Карасик 2019: 142]. Являясь важнейшей виртуальной площадкой социализации, социальная сеть Инстаграм, предоставляет широкие возможности для самопрезентации и самораскрытия сетевой личности: в рамках профиля, поста, сториз, геометок, статуса.

Выделим два типа профиля в Инстаграм: персональный и институциональный. Персональный профиль содержит реальное или виртуальное (никнейм) имя пользователя, описание интересов автора страницы (в поле «О себе»), фотографию, краткое указание на принципы, идеи или цели в жизни. Институциональный профиль, например, бизнес-профиль, включает название компании, описание сферы деятельности компании, фотографии основных товаров или услуг. Поскольку пространство профиля ограничивается 180 символами, то вербальный ряд зачастую заменяется на визуальный с использованием эмодзи (например, слово телефон заменяется на картинку и т.д.), что придает тексту динамику и креолизует пространство. Таким образом, самопрезентация инстаграм-блогера в рамках поста и в жанре «сториз» происходит на вербальном и невербальном уровнях. Вербальный ряд представлен текстом, собственно публикацией и комментариями к нему, а визуальный – фото и видеорядом.

В условиях сетевой коммуникации мы должны учитывать, что субъект коммуникации добровольно выкладывает истинную или ложную информацию о себе и выбирает языковые средства исходя из определенной интенции, например, привлечение внимания, увеличение числа подписчиков и др.

Раскрытие приватного осуществляется в Инстаграм-дискурсе в жанрах «откровенный разговор», «рассказ о себе», «признание». Приведем показательные примеры. Пунктуация и стиль авторов сохранены:

Пример 1.

*«Я помню, когда я была маленькой мой папа сказал, что я толстая. Я хорошо помню тот день. Мы сидели за столом, пришли гости и мы все ели пиццу. Он посмотрел на меня и сказал: «Хватит жрать! Ты толстая!». Я очень обиделась. Ушла к себе и ночью, пока все спали я спустилась вниз и от обиды сожрала все, что было в холодильнике. Потом у меня было психическое расстройство, связанное с питанием. Я много сидела на разных диетах, и они мне не помогали. Эти слова я помню до сих пор».*

Инстаграм аккаунт Аркадия Новикова @novikovarkadiy (651 тыс. подписчиков).

Пример 2.

*Про роды. Часть 2.*

*У детеныша моей дочери Ани во время схваток стал падать пульс до 40–50 и акушерка сказала что это пуповина на шее, которая душит при схватке малыша 🤔*

*Она стала переворачивать Аню в разные позы и это помогло. Макс в то время сидел в коридоре рядом с родблоком, не мог выносить такие мучения Ани. Но вот, наконец приехала наша замечательная доктор, Татьяна Карпенко и всем стало спокойнее. Позвали анестезиолога, провели эпидуралку, после чего на час моя девочка получила облегчение, шейка матки раскрылась полностью и начался последний этап родов. ... Перед самым рождением малыша я позвала зятя, увидев этот процесс, он просто был в оцепенении, а когда малыша положили мамочке на грудь даже расплакался! Но, кстати сам перерезал пуповину, загадав желание для новорожденного 😊*

*Уже через двое суток нас выписали домой. А теперь о моих чувствах, листайте карусель (фото выше) 🙌*

Инстаграм аккаунт невропатолога ketonovoe.telo

Пример 3.

*«Давно не было постов. Сегодня хочу затронуть тему о «Беременности». Наверное это был самый лучший день в моей жизни 😊 Я узнала, что в положении. Каждый раз, прячась от мужа, я делала тест, в надежде, что результат будет положительным. И утром того дня я наконец-то увидела эти заветные две полосочки 😊 (Моей радости не было предела) Побежала в аптеку и купила еще два теста, чтобы убедиться, что я точно беременна. И везде был положительный результат 😊 (Мне не терпелось сообщить об этом любимому) Вечером муж ушел на футбол, а я уже придумала как сообщить ему об этой радостной новости)) Купила коробочку и положила туда текст 📦 (А дальше вы все увидите сами)) Это были слезы радости 😊*

Перед нами примеры откровенных историй. В первом случае, Аркадий Новиков, известный ресторатор, публикует на своей странице в Инстаграм рассказ дочери, затрагивающий очень личные аспекты ее жизни. Эмоциональное описание своих переживаний (*Я помню, как..., Я помню тот день..., он посмотрел на меня..., было психическое расстройство, я помню до сих пор*) вызывает позитивную реакцию по

отношению к дочери и негативную в сторону отца в комментариях, которые следуют под постом. Во втором случае, перед нами рассказ врача-невропатолога, которая ведет свой блог в Инстаграме и дает не только профессиональные консультации, но и рассказывает о личных переживаниях членов ее семьи. В данном примере она описывает состояние ее дочери во время родов и сам процесс родов. В третьем примере, автор инстаграм-страницы делится радостными впечатлениями и сообщает своим подписчикам о наступлении долгожданной беременности.

Мы полагаем, что специфика вариативности приватного в сетевом дискурсе обусловлена разной степенью самораскрытия сетевой личности: от минимальной степени открытости до максимальной степени открытости. Максимальная степень раскрытия приватной информации свойственна медийной (публичной) личности с широким кругом подписчиков. Медийная личность делится личным, приватным, когда видит в своих подписчиках людей своего круга, выстраивая доверительные, дружеские отношения, приближая к своей личности с целью удержать внимание аудитории. Медийная личность раскрывает информацию о себе с определенной целью (привлечь широкую публику, для расширения клиентуры, для получения поддержки или совета и др.), при этом, какая-то часть информации, особенно та, которая имеет потенциально негативную окраску утаивается. Минимальная степень открытости характерна для непубличной сетевой личности (с кругом подписчиков, ограниченным членами своей семьи, друзьями и знакомыми друзей).

Выделим лингвистические маркеры приватности, которые являются сигналами того, что сетевая личность делится приватной, личной информацией с более широким кругом своих подписчиков:

- *честно скажу, честно говоря, по секрету, а если честно* (маркеры искренности);
- *сегодня о личном, давно не писала о себе* (маркеры самопрезентации);
- *признаюсь, каюсь* (маркерам покаяния).

Выделим ключевые составляющие коммуникативной модели интимизации (приватизации) сетевого общения: участники коммуникации (автор блога и подписчики), тема (или предмет сообщения), цель коммуникации, формат коммуникации (блог, YouTube канал, инстаграм-аккаунт и др.), код или средства связи (вербальные и невербальные), степень раскрытия приватной информации (максимальная или минимальная).

С целью изучения особенностей концептуализации «приватного» и «публичного» в сознании современных пользователей было проведено интернет-анкетирование с помощью Гугл Форм. В роли информантов выступили студенты 1 и 2 курсов Астраханского государственного университета, факультета иностранного языка, направление подготовки

«45.03.02 Лингвистика, профиль перевод и переводоведение, английский язык». Всего в анкетировании приняло участие 50 студентов. Анкета состояла из шести вопросов:

1. Знакомо ли Вам слово «приватный»? Что оно значит?
2. Что такое «приватная информация»? Какая информация является приватной?
3. Какую приватную, личную информацию о себе Вы выкладываете в Интернете?
4. Если Вы не выкладываете приватную информацию, то интересует ли Вас приватная информация других пользователей?
5. Как Вы относитесь к тому, что люди делятся, рассказывают о личном в Интернете? Одобряете или нет? Почему, как Вам кажется они это делают?
6. Приведите примеры предоставления личной информации в Интернете, которые привлекли Ваше внимание.

Полученные результаты показали, что значительная доля респондентов понимают значение слова «приватный» (43 человека из 50, 86 %). Только 7 человек из 50 (14 %) не знакомы с данным словом. Основными семами лексического значения слова «приватный» являются: *секретный, конфиденциальный, скрытый от других, закрытый, не для всех доступный, запретный, личный, личная информация не доступная для общего пользования*. Интересно, что названные студентами значения слова «приватный» в значительной мере отражают его толкование в словарях современного русского языка [Ефремова 2006; ТСЖВЯД 1998; ТСРЯУ 2007].

Участники опроса к приватной информации относят: логин, пароль, тайны семьи, состояние здоровья, личные взаимоотношения, брак, развод, беременность, описание сексуальной жизни, описание своих сексуальных партнеров и др. Отметим, что логин и пароль являются личностно-формальной информации и лишены эмоционально-оценочного компонента, который прослеживается в приватной информации о личной жизни и переживаниях пользователя.

Интересно, что 63 % от общего числа опрошенных ответили, что не выкладывают подробности своей личной жизни в Интернете, объясняя это следующим образом: *«Я не вижу в этом необходимости»; «Мне это не нужно»; «Я не хочу, чтобы кто-то следил за мной»; «У меня закрытый аккаунт, так как я не люблю, когда все видят, что я делаю»*.

Всего лишь 5 % анкетированных регулярно, практически каждый день «рассказывают» все о себе в Интернете: *«Я каждый день что-то выставляю в Инстаграм. Я показываю что-то хорошее, так как не хочу, чтобы все думали, что мне бывает плохо»*.

Большая доля респондентов (94 %) отметила, что им очень интересно следить за жизнью медийной личности и не интересно «наблюдать» за личной жизнью незнакомых людей.

Респонденты выделили следующие причины раскрытия авторами инстаграм-страниц приватной информации: *«Публичным людям нравится масштабное внимание»*; *«Инстаграм – это способ посвятить других в свою жизнь, возможность получить поддержку»*; в современном мире многое решают подписчики и поэтому многие приватные подробности нужны чтобы увеличить аудиторию подписчиков. *Это как сериал»*.

На вопрос «Как Вы относитесь к тому, что люди делятся, рассказывают о личном в Интернете?», 90 % ответили, что относятся нормально или нейтрально. Приведем наиболее показательные ответы:

*«Предоставлять или нет приватную информацию в Интернете это каждый решает сам»*;

*«Я отношусь к этому уже нейтрально. Это нормально потому, что если блогер показывает всю жизнь, то и личную тоже, так как это основная часть жизни, которую невозможно скрыть»*;

*«Я отношусь нейтрально. Каждый должен сам понимать, что в случае утечки информация может навредить и могут быть последствия. Но есть медийные личности, за жизнью которых люди будут наблюдать всегда. «Слежка» или «следование» за медийной личностью сегодня это развлечение»*.

Анкетируемые привели много примеров, когда пользователи делятся личной информацией в Интернете:

*«Саша и Ирина Шпак (sashashpakofficial) активно делятся с подписчиками своей личной жизнью, рассказывают сколько раз были женаты. Сейчас они активно транслируют развод и снимают семичасовые видео и делают совместные эфиры о своем разводе»*;

*«Оксана Самойлова, жена известного певца Жигана, регулярно публикует видео семейных ссор с мужем», писала, что она рада, что ушла от него, а через некоторое время, что счастлива, что они опять вместе»*;

*«Егор Крид, известный певец, рассказывал, как он расставался со своей девушкой, обвинял ее во лжи и после расставания поступил некрасиво, так как сочинил песню, в которой описал подробности их расставания»*;

*«Одна женщина рожала дома и снимала свои роды. Не думаю, что это нормально»*.

Подведем основные итоги.

В современном сетевом дискурсе границы между приватным и публичным стираются. Приватное «вторгается» в сферу публичного и возникает промежуточная зона «публично-приватная». Коммуникативная дистанция между участниками сетевого дискурса сокращается. Вектор конвенциональности и самоконтроля участников сетевого общения снижается. Все эмоциональное и телесное выносится в публичное сетевое пространство, что приводит к деинтимизации сетевого общения. Самопрезентация участников сетевого дискурса



осуществляется в рамках двух типов профилей (персонального и институционального) и обусловлена максимальной или минимальной степенью самораскрытия сетевой личности в жанрах «откровенный разговор», «рассказ о себе» и «признание». В условиях сетевой коммуникации, субъект коммуникации добровольно выкладывает истинную или ложную информацию о себе и выбирает языковые средства исходя из определенной интенции, например, привлечение внимания, увеличение числа подписчиков и др. Сетевая личность делится приватной, личной информацией с более широким кругом своих подписчиков с помощью лингвистических маркеров приватности (маркеров самопрезентации, маркеров искренности, маркеров покаяния). Ключевыми составляющими коммуникативной модели интимизации сетевого общения являются: участники коммуникации (автор блога и подписчики), тема (или предмет сообщения), цель коммуникации, формат коммуникации (блог, YouTube канал, инстаграм-аккаунт и др.), код или средства связи (вербальные и невербальные), степень раскрытия приватной информации (максимальная или минимальная).

## ЛИТЕРАТУРА

1. Гидденс Э. Трансформация интимности. Сексуальность, любовь и эротизм в современных обществах / Э. Гидденс: пер. с англ. В. Анурина. – СПб.: Питер, 2004. – 208 с.
2. Гофман И. Представление себя и другим в повседневной жизни / И. Гофман. – М.: Канон-пресс-Ц, 2000. – 304 с.
3. Ефремова Т. Ф. Толковый словарь словообразовательных единиц русского языка / Т. Ф. Ефремова. – М.: АСТ, Астрель, Харвест, 2006.
4. Карасик В. И. Интернет-жанры / В. И. Карасик // Жанры речи: сб. науч. ст. – Саратов: Колледж, 2019. – Вып. № 1 (21). – С. 49-55.
5. Карасик, В. И. Языковые мосты понимания жанры : монография / В. И. Карасик. – М.: Дискурс, 2019. – 524 с.
6. ТСЖВЯД – Толковый словарь живого великорусского языка В. И. Даля : в 4 т. / В. И. Даль. – М. : Цитадель, 1998.
7. ТСРЯУ – Толковый словарь русского языка / под ред. Д. Н. Ушакова / Д. Н. Ушаков. – М. : Хранитель, Аст, Астрель, 2007. – 912 с.
8. Hall E. T. The Hidden Dimension / E. T. Hall. – N.Y. : Anchor, 1969. – 217 p.

## ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОНЛАЙН-КОММЕНТАРИЕВ КРИТИКИ В ЮТЮБЕ

Кульчикенова С.А.  
Атырау, Казахстан

**Аннотация.** Целью данной статьи является описание лексико-стилистических особенностей онлайн-комментариев критики в ютьюбе. Особое внимание уделяется лексическим и стилистическим характеристикам жанра онлайн-комментарий.

**Ключевые слова:** онлайн-коммуникация, ютьюб, жанр комментарий, онлайн-комментирование

**Abstract.** The purpose of the article is to describe lexical and stylistic characteristic of online comments of criticism on YouTube. Special attention is focused on lexical and stylistic characteristics of online commenting genre.

**Keywords:** online-communication, YouTube, genre of comment, online-commenting

В интернет пространстве все чаще наблюдается оценка происходящему в современном мире. Пользователи смело выражают свои отношения к тому или иному событию где бы не находились, то есть комментируют. Комментарий является речевым жанром. Впервые о речевом жанре писал М.М. Бахтин «Законченный вопрос, восклицание, приказание, просьба - вот типичнейшие целые жизненных высказываний» [Бахтин 1986: 399]. Сегодня проблемы жанра онлайн-комментарий изучают ученые-лингвисты Е.Н. Галичкина [2019], Е.И. Горошко [2012], Л.Н. Степанова [2013а; 2013б], А.А. Соколова [2011], И.С. Савельева [2017; 2019], Л.Ю. Щипицина [2015]. В работах лингвистов встречаются понятия «комментарий» и «отклик». Мы придерживаемся мнения, что комментарий выполняет ту же функцию, что и отклик. Также известно и понятие «коммент» от английского слова “comment” [Щипицина 2015: 528]. Л.Н. Степанова выделяет комментарии как «комментарий-толкование, комментарий-рассуждение и коммент» [Степанова 2013а: 95].

Предметом нашего исследования является онлайн комментарий в ютьюбе к видео тяжелоатлета трансгендера Лорел Хаббард (<https://www.youtube.com/watch?v=0qBm8Ot1qps>).

Сегодня канал ютьюб является одним из самых просматриваемых, и вызывает наибольший интерес у зрителей и слушателей. Рассмотрим следующие комментарии критики в ютьюбе:

1. Classical Music “Just look at this brave woman with a male frame and male pattern baldness”.

2. Casey “What a joke, everybody involved in this fallacy has zero integrity”.

3. Dave *"As a kiwi I think this is embarrassing. Live your life Laurel but stop taking medals off those who really deserve them"*.

4. Carl Klinkenborg *"If I was a woman against whom 'she' was competing. I would walk up to the weights, then simply walk away, as should all the other real women. Let him have his disgusting, empty, cheating 'victory'"*.

5. Karl Weaver *"Does NZ have such disregard for real women? Or are they desperate to win by cheating if necessary?"*

6. Doubtfull1988 *"IWF should be ashamed. How they actually got ladies to compete with that is beyond me"*.

7. Bruce Smith *"This is like a joke, but it's actually real life. It's like something out of the movie 'Idiocracy'"*.

8. Jeffrey Madewell *"What a complete disgrace to the sport"*.

9. David Shevchuk *"This exploit needs to be patched quick"*.

10. Parias dfg *"What a disgrace"*.

11. Sean Fenwick *"So the IWF sanctioned this? What a joke....this is crushing women's sports and the trans athletes should be ashamed of themselves. Go compete against other trans athletes!"*

12. FRC *"He is a MEN!!!! END"*.

13. 1 год назад *"The political leftist agenda is destroying women's sport. This madness must be stopped!"*

14. Javier Alba *"what a disgrace for sport"*.

15. Vitor Hugo *"150 kg?? He would not even QUALIFY to compete with males, but yet he destroys the female competition. I just laugh at feminists, the more they preach inclusivity, the more men conquer the world"*.

16. Sean H. *"What an absolute joke. The feminists are so confused they have defeated themselves. It's a bad joke really"*.

17. ars *"I wonder: Do we now have to, in the name of so-called 'minority human rights', accept and celebrate this? For a principle of 'equality'? ... For embracing 'inclusion' and 'tolerance'? We are destroying women's sports, throwing science in the trash, ethics out the window and all sense of justice demolished, in addition to disrupting the true essence of women"*.

18. bearbear *"Easy to win when your competing against women. Trans people need their own thing. Like the Special Olympics"*.

19. Kurtis Blow *"Can't win in the men league? Become a woman"*.

20. Ballin' Badger *"Disgusted. This is just as bad, if not worse than the russian doping scandal. Turning a blind eye to appease SJWs at the expense of sports integrity. Humanity is a joke"*.

21. Vindicated Rascal *"the body of a man. bones, muscles, hands.... Transgender should have their own league. is that not hard to understand?"*

В данных комментариях отметим слова и выражения, характеризующие отношение не только к спортсменке Лорел Хаббард, но и спорту в целом *"What a complete disgrace to the sport"*(8), *"What a disgrace for sport"* (14). Три лексических повтора слова "disgrace" (8, 10, 14) являются интенсификаторами оценки. Восемь вопросительных предложений дают повод для глубокого раздумья и будущего спорта:

*"Does NZ have such disregard for real women? (5) Or are they desperate to win by cheating if necessary?" (5), "150 kg??" (15), "Do we now have to, in the name of so-called "minority human rights", accept and celebrate this? (17) For a principle of "equality"? (17) ... For embracing "inclusion" and "tolerance"? (17), Can't win in the men league? (19) ...is that not hard to understand?"(21).* Для эмоциональности высказывания, грустного размышления употреблены вопросительные и восклицательные предложения, многоточия в конце предложения и между логическими частями. Глаголы в восклицательном предложении выражают протест и гнев авторов комментариев: *"must be stopped!(this madness)s (13), go compete (against other trans athletes! (11).* Глагол в повелительном наклонении выражает приказ: *"stop (taking medals off those who really deserve)" (1).* Сарказм и иронию выражают словосочетание *"Become a woman" (19),* гипербола *"brave ( woman) (1).* Употребление эпитетов *"disgusting, empty, cheating"(victory) (4)* придает особую выразительность. Раздражение и неприязнь выражены словами: *zero integrity (2), this is embarrassing (3), such disregard for real women (5), a disgrace (14), disgusted (20).* Выделим повтор с *dis* *"disregard", "disgrace", "disgusted".*

В приведенных высказываниях комментирующие используют три регистра прописных букв для выражения важности главной мысли: *"MEN", ( He is a MEN!!!!!" (12)), "END" (12), "QUALIFY" (15).* Для краткости текста использованы три аббревиатуры, сокращения, цифры NZ (5) – New Zealand, SJW (20) – Social Justice Warrior, IWF (6, 11) – International Weightlifting Federation. Недопонимание и возмущение выражаются в следующих предложениях: *"What a joke....this is crushing women's sports and the trans athletes should be ashamed of themselves" (11), "The political leftist agenda is destroying women's sport" (13), "END" (12), "He would not even QUALIFY to compete with males, but yet he destroys the female competition" (15), "We are destroying women's sports" (17), "throwing science in the trash, ethics out the window and all sense of justice demolished, in addition to disrupting the true essence of women" (17), "This exploit needs to be patched quick" (9).* В комментариях находим сравнения: *"(This is) like a joke (7), (It's) like something out of the movie "Idiocracy" (7) or something from Babylon Bee", "(What) an absolute joke" (16), "(It's) a bad joke really" (16), "(Trans people need their own thing.) Like the Special Olympics" (18), "(This is just) as bad,( if not worse) than the russian doping scandal" (20), "the body of a man. bones, muscles, hands" (21).*

Таким образом, причиной появления онлайн-комментариев критики является всеобщее недовольство пользователей, реакция на исходный материал для рассуждения и критики, экспрессивное и эмоциональное выражение мнений к событию, что определило не только форму, но и содержание речевого высказывания: использование различных тропов, лексических и стилистических средств, разговорной лексики.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. – М., 1979.
2. Видео в ютьюбе к тяжелоатлету трансгендеру Л. Хаббард. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=0qBm8Ot1qps> (дата обращения: 25.08.21).
3. Галичкина Е. Н. Типология речевых жанров сетевой компьютерной коммуникации / Е. Н. Галичкина // Известия ВГПУ. – 2019. – № 2 (135). – С. 97–100.
4. Горошко Е. И. Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры / Е. И. Горошко // Интернет-коммуникация как новая речевая фармация : коллективная монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева О. В. Лутовинова. – М. : Флинта : Наука, 2012.
5. Савельева И. В. Интернет-комментарий как вторичный текст: семиотическая модель текстопорождения / И. В. Савельева // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2019. – № 3. – С. 839–849.
6. Савельева И. В. Лингвоперсонологический потенциал интернет-комментария / И. В. Савельева // Сибирский филологический журнал. – 2017. – № 4. – С. 192–201.
7. Соколова А. А. Комментарий в периодической печати и сетевой журналистике Италии и Испании : автореф. дис. ... канд. филол. наук / А. А. Соколова. – М., 2011. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/927>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 22.08.21).
8. Степанова Л. Н. Комментарий в современном информационно-коммуникативном пространстве: перспективы лингвистического исследования / Л. Н. Степанова // Современная филология : мат-лы Междунар. науч. конф. (Уфа, январь 2013). – Уфа, 2013а. – С. 94–97.
9. Степанова Л. Н. Типология комментария в условиях перехода в сеть (на основе лексикографического анализа) / Л. Н. Степанова // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. – 2013б. – Т. 26, № 1. – С. 398–403.
10. Щипицина Л. Ю. Жанровый статус сетевого комментария / Л. Ю. Щипицина // Вестник Башкирского университета. – 2015. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovyy-status-setevogo-kommentariya>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 22.08.21).

## ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОНЛАЙН-КОММЕНТАРИЕВ ОДОБРЕНИЯ И СОГЛАСИЯ В ЮТЮБЕ

Кульчикенова С.А.  
Атырау, Казахстан

**Аннотация.** Целью данной статьи является описание лексико-стилистических особенностей онлайн-комментариев согласия и одобрения в ютьюбе. Особое внимание уделяется лексическим и стилистическим характеристикам жанра онлайн-комментарий.

**Ключевые слова:** онлайн-коммуникация, ютьюб, жанр комментариев, онлайн-комментирование

**Abstract.** The purpose of the article is to describe genre and stylistic characteristic of online comments on YouTube. Special attention is focused on lexical and stylistic characteristics of the genre of online-commenting: endorsement on YouTube.

**Keywords:** online-communication, YouTube, genre of comment, online-commenting

Сегодня среди многих платформ наиболее известным и популярным для большинства людей является канал ютьюб. Основная функция ютьюба – презентация видеоматериала, просмотр видеофильмов, клипов, телепередач, обучающих программ и т.д. Посетители ютьюба оставляют доброжелательные, восторженные комментарии одобрения и согласия в основном в адрес музыкантов, певцов, композиторов, художников, писателей, творческие произведения которых характеризуют многогранные стороны человеческой жизни и природы. Отметим, что слова «одобрение» и «согласие» являются синонимами, как и принятие, утверждение, положительный отзыв и похвала.

Е.И. Горошко определяет комментарий как «жанр речи в интернет сети», «как самостоятельный статус коммуникативной практики» [Горошко, Жигалкина 2010: 344]. Л.Ю. Щипицина описывает сетевой комментарий как «короткое сообщение, выражающее мнение читателя о различном исходном сетевом материале» [Щипицина 2015: 528].

И.С. Савельева пишет: «Данные тексты преимущественно создаются рядовыми носителями языка, которые в силу таких факторов, как анонимность и спонтанность написания, открыто, не завуалированно демонстрируют свои общественно-политические взгляды, рассуждают на разные темы, дают оценку происходящим событиям. При этом результат рассуждений приобретает форму текста о тексте» [Савельева 2017: 193].

Предметом нашего исследования являются лексико-стилистические особенности онлайн-комментариев в ютьюбе к песням Ш. Калдаякова. Шамши Калдаяков - автор музыки более пятидесяти

казахских песен, автор музыки гимна Республики Казахстан «Мой Казахстан».

1. Шәмші Қалдаяқов әндері <https://www.youtube.com/watch?v=LZtn-arcRqE>

2. Шәмші Қалдаяқов әндерінің кеші «Менің Қазақстаным» концерті <https://www.youtube.com/watch?v=BXk9mzIsMIY>

3. Концерт, посвященный творчеству Ш. Калдаякова <https://www.youtube.com/watch?v=uvGn7lrTsKQ>

Остановимся более подробно на следующих комментариях:

1. Нуркен Ордаев *«Такие, как Шамши ага приходят в этот мир раз в тысячелетие. Я как казах горжусь им».*

2. Аскарлова Светлана *«Песни Шамши ага – настоящие народные песни за душу берут, можно слушать часами. Песни, которые будут передаваться из поколения в поколение».*

3. Мир Кубенов *«Его именем надо называть все главные проспекты во всех городах Казахстана, и ставить памятники ему. Шамши Калдаяков - краса и гордость нашего казахского народа. Его песни – это золотое достояние и наследие всех потомков после него».*

4. Жаркынай Айтупова *«Классика песни. Шамши актуальны всегда».*

5. Наурызхан Батырулы *«Бессмертные, великие творения Шамши Калдаякова будут петь и слушать всегда! Посмотрела великолепный фильм про Шамши Калдаякова, очень понравился. Благодарю авторов фильма и актеров, что сумели передать чувства и жизнь величайшего маэстро».*

6. Батима Серикбаева *«Великий Шамши ага! Король вальса. Это гордость нашего народа. Его песни лечат душу, столько глубоких чувств вызывают, не передать словами. Мало знаем о его личной жизни. Хотелось бы узнать побольше о нем».*

7. Айсулу Мурзагалиева *«Сколько нежности, красоты в песнях Шамши...*

*«Ана» в исполнении Нурлана Онербаева – гимн нашим мамам».*

Рассмотрим следующие пять комментариев ко второй части вечера памяти Ш. Калдаякова «Мой Казахстан» («Менің Қазақстаным»).

709052 просмотра 2 мая 2018г.

1. Ораз Тулебаев *«Всю широту, доброту казахской души олицетворял непревзойденный Шамши ага!».*

2. Жанна Есмурзанова *«А слова песен какие душевные! Как соответствуют музыке! Не передать. Надо слушать. И наслаждаться. Спасибо».*

3. Кульжамал Ахшатаева *«Не только волнует и тревожит душу, задевая ее глубинные струны, но дает мощный толчок любви к родной степи и к родному народу!».*

4. Navruz Berkinbaev *«Послушал и наслаждался, какая мелодичность, какая любовь, как прославляет красоту природы, воистину любовь народа безгранично. Шамши будет жить вечно!»*.

5. Lyudmila Zhakirova *«Шамши ага – Гений музыкальный!»*.

Выделим следующие характеристики песен Ш. Калдаякова:

*«А слова песен какие душевные!», «Его песни – это золотое достояние и наследие всех потомков после него», «Песни Шамши ага – настоящие народные песни», «Бессмертные, великие творения Шамши»*. Употребление шести эпитетов полных прилагательных *«душевные», «настоящие народные», «золотое», «бессмертные», «великие»* определяют яркость песен и искреннее суждение.

Эпитеты, характеризующие автора *«непревзойденный» (Шамши ага), «великий» (Шамши ага), «музыкальный» (гений)* использование элитива *«величайшего» (маэстро)* передают большую выразительность.

Следующие пятнадцать глаголов свитетельствуют об огромном влиянии песен на слушателей и выражают их отношение к самому композитору и его творчеству: *«горжусь», «олицетворял» (всю широту, доброту казахской души), «соответствует» (музыке), «Не передать!», «слушать и наслаждаться», «волнует и тревожит» (душу), «дает» (мощный толчок любви к родной степи, и к родному народу), «послушал, наслаждался», «прославляет» (красоту природы), «лечат» (душу), «передаваться» (из поколения в поколение), «берут» (за душу), «приходят» (в этот мир раз в тысячелетие)*.

Три метафоры создают яркие, незабываемые образы, привлекающие внимание читателей: *«волнует и тревожит» (душу), «дает» (мощный толчок любви к родной степи, и к родному народу), «лечат» (душу), «берут» (за душу)*. Выделим примеры инверсии: *«Его именем надо называть все главные проспекты во всех городах Казахстана, и ставить памятники ему», «Посмотрела великолепный фильм про Шамши Калдаякова, очень понравился», «Мало знаем о его личной жизни», «Всю широту, доброту казахской души олицетворял непревзойденный Шамши ага!», «Не только волнует и тревожит душу, задевая ее глубинные струны, но дает мощный толчок любви к родной степи и к родному народу!»*. В комментариях (№ 5, 6, во второй части № 1, 2, 2, 3, 4, 5) видим восемь восклицательных предложений, что говорит о чувстве эмоционально-эстетического вкуса. Речевой жанр «похвала как оценочно-информативный тип высказывания, посредством которого выражается положительная оценка действий и поступков адресата или результата его деятельности» [Волынкина 2009: 23] наблюдается в следующих комментариях:

*«Шамши будет жить вечно!», «Шамши ага-гений музыкальный», «непревзойденный Шамши ага», «великий Шамши ага», «король вальса», «гордость нашего народа», «Шамши актуальны всегда», «Шамши Калдаяков – краса и гордость нашего народа»*.



К образно-выразительным средствам речи, как известно, относятся тропы и стилистические риторические фигуры: три сравнения: «король» (вальса), «гений» (музыкальный), «краса и гордость» (нашего народа), шесть лексических повторов имени композитора Шамши – анафор в начале предложения и в середине, два выражения «гордость нашего народа», использование приема, передающего смысл благодарности и вечности творчества композитора: «Шамши будет жить вечно!», «Шамши актуальны всегда». Казахское слово «ага» употребляется в данном случае в значении уважаемого человека «*Шамши ага*», старшего по возрасту и статусу. Таким образом, данные комментарии одобрения и согласия состоят из формулы «оценка + аргумент» и «восхищение + оценка» [Волынкина 2009: 23].

Л.Ю. Щипицина выделяет определенные параметры для описания жанровых особенностей комментария:

1. Прагматические параметры (Зачем? Кто? Кому? Где?)
2. Медийные параметры (Чем? С помощью какой компьютерной программы)
3. Структурно-семантические параметры (Что? В каком порядке? Содержание текста и его структурные элементы)
4. Стилистико-языковые параметры (Как? Какие языковые средства использованы [Щипицина 2008: 127].

Отметим основные пункты комментариев:

1. Основная цель комментария – коммуникативная, выражение своего мнения, отношение к кому-либо, или к чему-либо, оценка события. В комментариях происходят аргументация фактов, обмен мнениями, дискуссия. Отметим, что пользователями сети могут быть совершенно разные люди в любой точке мира, из разных слоев и категорий, с разным уровнем образования.

2. Авторы оставляют комментарии после статьи или просмотра видео. Под интерактивностью подразумевается возможность посетителя влиять на содержание текста, его оформление и коммуникативную активность. Некоторые читатели мгновенно отвечают на комментарий другого человека. По параметру синхронности комментариев является асинхронным, может быть написан где угодно и когда угодно, то есть временной промежуточный интервал может быть различным, несколько минут или часов спустя после просмотра или прочтения материала, через несколько дней, или в один день. Количество коммуникантов не ограничено, любой посетитель может прочитать комментарий, либо сам зарегистрироваться, и также опубликовать свое мнение к ситуации или событию.

3. Вышеуказанные комментарии относятся к одной и той же теме «Творчество композитора Ш. Калдаякова», авторы комментариев выражают искреннее отношение к песням. Содержание комментария связано со стимулом, что обуславливает его структуру.

4. Поскольку коммуниканты могут быть разного уровня образования и слоев, то и стилистико-языковые параметры могут быть разные. Авторы – специалисты или профессионалы – вникают в суть вопроса, раскрывают проблему с разных точек зрения.

Таким образом, изучив лексико-стилистические особенности жанра онлайн-комментарии на примере двенадцати комментариев в ютьюбе к песням великого композитора Ш. Калдаякова, мы пришли к выводу, что пользователями активно употребляются стилистически окрашенные слова, используются разговорные элементы, эмоционально-экспрессивные языковые средства и приемы, такие как сравнение, метафора, эпитет, анафора, инверсия, для выражения радости и удовольствия, положительного отношения пользователей к песням. Песни Ш. Калдаякова были и остаются близки духу казахского народа, их чувствам и мыслям, оказывают мощное воздействие на мотивацию пользователей, влияют на формирование моральных, нравственных, и культурно-ценностных ориентаций.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Волынкина С. В. Речевые жанры похвалы и комплименты в бытовой сфере общения и коммуникативной среде телевизионного ток шоу : автореф. дис. ... канд. филол. наук / С. В. Волынкина. – Красноярск, 2009.

2. Горошко Е. И. Виртуальное жанроведение: устоявшееся и спорное / Е. И. Горошко, Е. А. Жигалина // Вопросы психолингвистики. – 2010. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/virtualnoe-zhanrovedenie-ustoyavsheesya-i-spornoe>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 20.08.21).

3. Савельева И. В. Лингвоперсонологический потенциал интернет-комментария / И. В. Савельева // Сибирский филологический журнал. – 2017. – № 4. – С. 192–201.

4. Щипицина Л. Ю. Классификация жанров компьютерно-опосредованной коммуникации по их функции / Л. Ю. Щипицина // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – Архангельск, 2009. – № 114. – С. 171–178.

5. Щипицина Л. Ю. Жанровый статус сетевого комментария / Л. Ю. Щипицина // Вестник Башкинского университета. – 2015. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovyy-status-setevogo-kommentariya>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 22.08.21).

6. Шәмші Қалдаяқов әндер. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=LZtn-arcRqE>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. каз. (дата обращения: 01.09.21).

7. Шәмші Қалдаяқов әндерінің кеші «Менің Қазақстаным» концерті. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=BXk9mzIsMIY>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. каз. (дата обращения: 22.08.21).

8. Концерт, посвященный творчеству Ш. Калдаякова. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=uvGn7lrTsKQ>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 20.08.21).

## СТИЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ СЕТЕВОГО ИНСТРУКТИВА

Данилэ Д.Д.  
Москва, Россия

**Аннотация.** В статье рассматриваются стилевые особенности инструктивов в рамках интернет-коммуникации. Дается анализ языковых средств выражения данных речевых актов; рассматривается данный речевой жанр в рамках повседневного дискурса; анализируется гибридная природа инструктивов.

**Ключевые слова:** речевой акт, инструктив, интернет-дискурс, повседневный дискурс

**Abstract.** The article deals with the instructives style features in the internet communication. The analysis of linguistic means of expressing these speech acts is given; this speech genre is considered within the everyday discourse; the hybrid nature of instructives is analyzed.

**Keywords:** speech act, instructive, internet-discourse, everyday discourse

В настоящее время много внимания уделяется коммуникативному поведению личности в условиях различных коммуникативных ситуаций и разнообразии коммуникативных условий. Ввиду быстрого темпа развития современного общества, особый интерес вызывает коммуникативная среда сети-интернет.

Информация, публикуемая пользователями в сети-интернет, давно вышла за рамки личной. В настоящее время практически любое значимое для социума событие освещается и оценивается в интернет-пространстве. Вместе с тем личное общение людей в большей мере переносится в Сеть. Общение посредством сети Интернет можно сравнивать с живым общением.

Специфика сети-интернет состоит в том, что изменились социальные и технические условия общения: данное средство общения позволяет общаться как синхронно (в режиме реального времени) так и асинхронно - не ожидая мгновенного ответа (примером может послужить интернет блог); понятия об анонимности в социальных сетях размыты: пользователь сети, как правило, не аноним, он имеет реальных собеседников, друзей, определенные личные сведения, как возраст, город проживания, интересы и т.д. Интернет сети являют собой мощный ресурс обмена информацией любого вида: текстовой, аудио- и видео-информацией, любой другой визуальной информацией, что

в свою очередь дает толчок формированию и развитию различных жанров сетевой коммуникации

Коммуникация в социальных сетях отличается набором использования языковых средств, а также наличием графических обозначений, визуального материала. Общение в социальных сетях является собой некую смесь устной и письменной речи, отображая спонтанность устной речи на письме. Речь пользователей социальных сетей не только является способом коммуникации, но и продуцирует новые языковые средства, формирует новые языковые жанры.

В данной работе рассматривается интернет-жанр инструктив. Инструктивы-это ответные речевые образования, им предшествует просьба о помощи. По своей сути они схожи с речевым образованием «совет» и сродными с ним «просьбой» и «инструкцией» [Карасик 2019: 221]. Как и совет, инструктив относится к суггестивным речевым актам и представляет собой побудительную ситуацию с некатегоричным склонением к выполнению действию, при этом происходит информирование о желательности выполнения определенного действия, а выполнение последнего неаблигаторно для получателя [Беляева 1992: 15; Романов 1988: 57; Шеловских 1995: 26]. Социально-статусные границы участников коммуникации размыты. Автор, задавая вопрос, признает некое превосходство и опыт говорящего [Карасик 2019: 221; Соловьева 2007: 31; Шутова 2019: 129].

Поскольку интернет-коммуникация в большей степени схожа с повседневным дискурсом, набор стилистических характеристик интернет-общения также может быть похож. Повседневный дискурс в рамках социолингвистического подхода В.И. Карасик определяет как личностно-ориентированный, противопоставленный институциональным дискурсам [Карасик 2019: 220]. В противовес институциональному дискурсу, повседневный характеризуется открытостью границ, размытостью правил и норм коммуникации. При этом, неправильно говорить о том, что данный тип общения совсем не регулируется никакими нормами. В его рамках действуют стереотипные дискурсивные правила, основанные на эмпирическом опыте участников коммуникации. Важнейшая характеристика такого типа общения - наименьшая структурированность из всех типов дискурсов [Макаров 2003: 175].

Формирование текста в повседневном дискурсе отличается максимальной свободой выбора языковых средств, их характеризует «минимум речевых ограничений» [Макаров 2003: 175].

Одним из главенствующих характеристик интернет-общения является гипертекстуальность. Все многообразие публикаций в Сети отвечает этой характеристике, выделяясь из общей совокупности элементов современного информационного пространства в целом [Синенко 2008: 151].

Текст в интернет-среде не является статичной единицей благодаря системе гиперссылок. Что дает определенный простор действия,

участникам коммуникации, позволяя создавать свой уникальный текст, опираясь на свою собственную систему ценностей, предпочтений, увлечений. Коммуникация в данном случае направлена на определенный круг людей по интересам. Задавая вопрос или описывая затруднительную ситуацию, автор, создает текст, опираясь на личные цели-разрешение заданных затруднительных ситуации. При этом высока роль обратной связи благодаря диалогичности общения. Инструктивы можно назвать «сверхдиалогичными» структурами, так как автор, создавая текст вопроса, порождает ответную реакцию, которая, в свою очередь, может послужить стимулом для последующих реакций.

Пример: предоставлено фото комнатного растения.

*Н.Б.: Подскажите, пожалуйста, что за цветок на фото?*

*М.К.: А он цветет?*

*Н.Б.: Да, и листья закручиваются, кажется, он из вьющихся.*

*М.К.: Значит это Black Prince вот мое фото уже взрослого цветка.*

Данный пример соответствует совету с инициальной просьбой и положительной реакцией, включающей уточняющий вопрос. Вопрос является ответной речевой реакцией и предполагает дальнейшее ведение диалога. Чаще всего, инструктивы в Сети встречаются в форме диалога.

Многоплановость интернет коммуникации объединяет в себе большое количество различных типов дискурса. Например, общение на форуме по оказанию юридической помощи, по стилю, будет схоже с официально-деловым.

Пример:

*А.: Доброго времени суток! Административный протокол находится на рассмотрении апелляционной палаты. Решения суда нет. Я обнаруживаю свои банковские карты заблокированными. Никто не уведомил об этом. Банковские операции так же закрыты. Я терплю материальный ущерб, так как планировал инвестировать средства на депозит. Хочу требовать с виновного возмещения ущерба материального и морального. Имею ли я на это право и на кого подавать в суд? Заранее спасибо.*

*О.Н.: Здравствуйте. Согласно КоАП РФ Статье 31.1. Вступление постановления по делу об административном правонарушении в законную силу*

*Постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу:*

*1) после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано;*

*2) после истечения срока, установленного для обжалования решения по жалобе, протесту, если указанное решение не было*

*обжаловано или опротестовано, за исключением случаев, если решением отменяется вынесенное постановление;*

*3) немедленно после вынесения, не подлежащего обжалованию решения по жалобе, протесту, за исключением случаев, если решением отменяется вынесенное постановление.*

*Следовательно, Вы имеете на это право, подавайте в суд, но сначала напишите досудебную претензию в банк с требованием разблокировать счета.*

Представленный пример в юридической тематике и включает множество соответствующих терминов («апелляционная палата», «правонарушение», «обжаловать», «опротестовать» и т.д.).

Общение на техническом форуме будет отличаться наличием терминов и слабо экспрессивных структур.

Пример:

*И.: Помогите понять, в чем дело и починить насос. Очень слабо качает, напора почти нет, что делать, что с ним не так?*

*М.А.: 1. Разберите насос.*

*2. Почистите входной канал.*

*3. Поменяйте диафрагму.*

*Диагноз 100 %*

В данном примере также используются термины соответствующей тематики («входной канал», «диафрагма»), характерен конкретизированный характер речи, используется повелительное наклонение.

Но объединять их всех будет некая обиходность общения. Другими словами, в каждом из таких типов общения будут присутствовать средства языка, свойственные устной разговорной речи. Более того, ввиду снижения информативной загруженности на сегодняшний день наблюдается тенденция минерализации количества используемых терминов или же наоборот приводится их подробное разъяснение. Как результат, формируется новая стилистическая направленность – познавательно-развлекательная.

Речь в интернет-среде по своей форме письменная, но наделена признаками устной. Будучи спонтанной или частично подготовленной, речь в сети-интернет характеризуется прерывистостью, т.е. может исправляться на ходу, редактироваться, может содержать оговорки, уточнения или добавления.

При всем многообразии признаков устной речи, интернет-коммуникация ограничена технической средой. Данному типу общения не свойственны традиционные средства невербального общения. В полной мере их заменяют эмодиконы-пиктограммы изображающие эмоции.

Пример:

*К.О.: Выращиваю зелень на подоконнике. Похоже, перелил, и появились дрозифилы. [^\_^] Можно убрать их без порчи урожая?*

*М. Ю.: Ого, =О, фумигатор должен убить все летающее.*

Эмотиконы используются для увеличения экспрессии высказывания. Первый изображает муху, используется автором для того, чтобы показать его неприязнь к сложившейся ситуации. Второй выражает крайнюю степень удивления или ужаса.

Так как сетевой дискурс наделен функциями устной речи, он стремится к сокращению, т.е. пользователь стремится потратить как можно меньше времени на создание текста. Отсюда частое использование сокращений и эмотивно-окрашенных аббревиатур-акронимов-слов или выражений образованных от начальных букв.

Пример:

*О.А.: Посоветуйте пжлст хороший женский сериал.*

*И.М.: Ромео и Джульетта кншн.*

Используются сокращения «пжлст» и «кншн», где первое означает, *пожалуйста*, а второе *конечно*. Они интуитивно понятны для русскоязычного пользователя и не обязательно пишутся с заглавных букв.

Получили широкую популярность аббревиатуры на английском языке.

Пример:

*И.С.: Лагают игры при 45 фпс, нет плавности. ФПС примерно 45 в играх, а лагает как будто 25, и это почти во всех играх. В чём причина, скажите ASAP? Системные требования подходят к рекомендуемым.*

*Д.: Одна из самых геморройных проблем. Причина может быть в любом железе или ОС. Я бы для проверки накатил вторую ОС для начала HF.*

В данном примере используются акронимы на английском языке, столь часто встречается в среде интерактивных игр. *ASAP* расшифровывается как *As Soon As Possible* – срочно, *HF* – *Have Fun* – повеселись.

Все вышеперечисленные экспрессивно-графические средства используются для того, чтобы наладить более тесный контакт между участниками коммуникации, сократить дистанцию, направить общение в более дружеское русло. Хотя в Сети и можно найти списки, расшифровывающие все сокращения и акронимы, все же они более понятны, в основном употребляются пользователями определенных сообществ.

Ввиду того, что общение в сети интернет вошло в повседневную жизнь и отчасти заменяет реальное, появилась потребность в формировании новых знаковых систем. Все вышеперечисленные особенности советования в Сети накладывают отпечаток на язык и стиль сетевого жанра «совет». Данный жанр сочетает в себе вербальные средства коммуникации, знаки, заменяющие средства невербальной коммуникации, сочетает в себе признаки устной и письменной речи; отвечает нормам разговорной речи, но все же ограничен правилами интернет-сообщества. Таким образом, можно говорить о гибридной стиливой природе инструктивов. Что позволяет участникам коммуникации

описывать дополнительные оттенки своего отношения не только к коммуникации в целом, но и к содержанию высказывания и у своей роле в коммуникации в частности.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Беляева Е. И. Грамматика и прагматика побуждения: английский язык / Е. И. Беляев. – Воронеж, 1992. – 15 с.
2. Карасик В. И. Языковые мосты понимания : монография / В. И. Карасик. – Москва : Дискурс, 2019. – 524 с.
3. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – Москва : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
4. Романов А. А. Системный анализ регулятивных средств диалогического общения / А. А. Романов. – М. : Ин-т языкознания АН СССР, 1988. – 183 с.
5. Синенко Т. В. Гипертекстуальность как ключевой признак сетевой полемики / Т. В. Синенко // Вестник ТГУ. – 2008. – Вып. 7 (63). – С. 151–159.
6. Соловьева А. А. Речевой жанр "совет" в разных типах дискурса: на материале современного английского языка : автореф. дис. ... канд. филол. наук / А. А. Соловьева. – Астрахань, 2007. – 50 с.
7. Шеловских Т. И. Речевой акт совета: функционально-прагматический анализ (на материале французского и русского языков) : автореф. ... канд. филол. наук / Т. И. Шеловских. – Воронеж, 1995. – 54 с.
8. Шутова О. А. Совет как суггестивный речевой жанр поучающего дискурса / О. А. Шутова // Известия волгоградского государственного педагогического университета. – Волгоград, 2019. – Вып. 5 (138). – С. 129–134.

### ЖАНРОВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИНТЕРНЕТ-БЛОГОВ О ЗДОРОВОМ ОБРАЗЕ ЖИЗНИ

Валяйбоб А.В.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** Рассматриваются особенности жанрового наполнения блогов, посвященных здоровому образу жизни (на примере ЗОЖ-блогов в социальной сети ВКонтакте). Определяются наиболее и наименее частотные жанры, анализируется их содержание.

**Ключевые слова:** жанровые характеристики сетевого дискурса, ЗОЖ-блог, креолизированный текст

**Abstract.** The article deals with the peculiarities of genre contents of internet blogs, devoted to healthy lifestyle (on the example of healthy living



*blogs of the social network VKontakte). The most and less frequent genres are defined, their contents are analyzed.*

**Keywords:** *genre characteristics of Internet discourse, healthy lifestyle blog, creolized text*

На сегодняшний день мы наблюдаем расцвет глобальных коммуникаций, и центральное место среди них занимает Интернет. По своей значимости и влиянию на развитие мировой цивилизации и научно-технического прогресса Интернет стал символом нашей эпохи – эпохи информационного общества [цит. по: Горошко 2007: 223]. Происходит компьютеризация и информатизация различных областей жизнедеятельности человека. Сегодня широко употребляются такие термины, как информационная революция, информационное общество, сетевой (или Интернет-) дискурс, сетевая культура, сетевое мышление, виртуальная языковая личность. Сложно переоценить роль информации и технологий информационного воздействия. М.А. Игнатов говорит о том, что Интернет формирует новую парадигму мышления – сетевое мышление [Игнатов 2015: 75]. Интернет становится пространством изменения и становления личности, ее самокоррекции и психологической адаптации, интеллектуального роста и культуры, создает новый стиль самопрезентации и идентификации индивида [там же].

Многие ученые активно разрабатывают направления, связанные с интернет-лингвистикой (Карасик В.И., Галичкина Е.Н., Горошко Е.И., Атабекова А.А. и др.).

Появление Интернета колоссально изменило общение между людьми и создало новые платформы для коммуникации (такие как текстовые сообщения, чаты, электронная почта, блоги).

В данном исследовании мы рассматриваем блоги, размещенные в популярной социальной сети ВКонтакте (<https://vk.com>), посвященные здоровому образу жизни. Социальная сеть ВКонтакте — универсальная мультимедийная площадка, где можно загружать видеозаписи, музыку и фотографии. Таким образом, речь уже идет о креолизованном тексте.

Термин «*креолизованный текст*» был введен психолингвистами Ю.А. Сорокиным и Е.Ф. Тарасовым. Они определяют креолизованные тексты как «тексты, фактура которых состоит из двух негомогенных частей (вербальной языковой (речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [цит. по: Елькин 2015: 162]. Наполняемость поста зависит от цели автора, темы поста, целевой аудитории и т.д.

Сегодня ведение блога – это уже не столько профессиональная деятельность, сколько творческая. Тематика блога может быть любой: от кулинарии до альтернативной энергетики. Не секрет, что сегодня модно быть здоровым. Поэтому на различных площадках очень популярны блоги, посвященные здоровому образу жизни.

Каковы же причины повального увлечения ЗОЖем? Во-первых, люди всегда хотели жить дольше, а именно быть здоровыми и отсрочить старость. Во-вторых, в СМИ и современной культуре в целом пропагандируется конкретный образ здорового человека: он красив, имеет подтянутое тело, активно занимается спортом, придерживается правильного питания и избегает вредных привычек. Таким образом, здоровый образ жизни – это такая система действий, которая направлена на сохранение физического и душевного здоровья человека. То есть, если человек правильно питается, занимается спортом, отказывается от употребления табака, алкоголя и наркотиков, то его образ жизни можно назвать здоровым. К тому же дополнительными критериями являются позитивное мышление и избегание стрессов [Кожевникова [www](http://www)].

Для нашего исследования мы отобрали 3 популярных (количество подписчиков от 139 тысяч до 3 миллионов) активных на момент написания статьи блога о ЗОЖ, в названиях которых отражена их тематика:

1) Здоровое тело. Мы за здоровый образ жизни (3 137 135 подписчиков).

2) Здоровый образ жизни – фитнес, тренировки, диеты (139 851 подписчиков).

3) Территория Здоровья. Здоровый образ жизни (638 265 подписчиков).

Мы проанализировали содержание постов в этих блогах (в сети ВКонтакте они называются «группы» или «сообщества», которые, по сути, являются и функционируют в качестве блогов) за неделю. Всего мы рассмотрели 197 постов различной жанровой направленности.

В.И. Карасик, рассматривая контент социальных сетей, выделяет 8 основных жанровых групп на основе базовых интенций, ведущих к общению в этом сообществе:

1) **демонстративы** (лат. *demonstro* – «показывать, указывать», автопрезентации, фотографии себя и/или своих близких, часто с подписью, ярким представителем этой группы является селфи);

2) **репортативы** (лат. *reporto* – «передавать, сообщать, извещать», сообщения о важных новостях, часто в виде перепоста, такая информация вызывает живое обсуждение и по своей сути соответствует жанрам медиадискурса);

3) **адмиративы, или социативы** (лат. *admiro* – «смотреть с удивлением, восхищаться», заметки и рассуждения об интересных вещах, эта жанровая группа позволяет объединиться друзьям в рамках той или иной предметной области);

4) **креативы** (лат. *creo* – «творить, создавать», художественное творчество, свое или чужое, в виде текстов, картин, инсталляций и мультимедийных проектов, сопровождаемое комментариями),

5) **агитативы** (лат. *agito* – «приводить в движение», различные сообщения, продвигающие тот или иной товар или образ жизни);

6) **инструктивы** (лат. *instruo* – «наставлять, обучать», рекомендации для решения конкретной практической проблемы);

7) **прескриптивы** (лат. *praescriptio* – «предписание», назидательные послания морального плана);

8) **аттрактивы** (лат. *attractio* – «притягивание», развлекательно-шутливые послания, например, демотиваторы) [Карасик 2018: 154–155].

Наиболее частотными жанрами являются инструктивы (44 % от общего количества проанализированных постов), адмиративы (26 %) и аттрактивы (12 %). При этом бывает достаточно сложно провести грань между ними. Например, пост о том, что «у России сейчас 52 медали на Олимпиаде в Токио» (на 3.08.2021). Новость сопровождается фотографиями наших спортсменов и вопросом, мотивирующим ее обсуждение: «Болеете за наших спортсменов?». Новость можно отнести к категории репортативов, с одной стороны, с другой же – к адмиративам, поскольку автор блога выражает свое восхищение данной новостью, и форма подачи ее как раз провоцирует рассуждения со стороны участников группы. Мы склонны относить подобные посты к адмиративам, так как автор видит основной задачей таких заметок не столько сообщить читателям последние новости, но вызвать их интерес к обсуждению информации, представленной в посте. В.И. Карасик характеризует адмиративы как «сообщения, сориентированные на друзей по интересам». Поскольку группы, посвященные ЗОЖ – это тематические группы, объединяющие участников на основе заинтересованности в каком-либо конкретном вопросе, вполне логично, что постов – адмиративов встречается значительное количество. Приведем еще примеры подобных постов. Интересным кажется сообщение о том, что молодая девушка смогла победить рак и вернуться к полноценной жизни благодаря занятиям спортом и правильному питанию (фото во время болезни и после прилагаются). Такие посты находят отклик в душе участников группы, поскольку читателям наглядно демонстрируется, что они выбрали правильное направление (ведут (или стремятся к этому) здоровый образ жизни). Или пост о том, что российский атлет Никита Нагорный принес стране 2 олимпийские медали на проходящих в тот момент Олимпийских играх в Токио. С одной стороны, это репортатив, с другой – адмиратив – автор блога выражает свое восхищение и гордость за российского спортсмена и хочет разделить их с участниками группы (пост действительно собрал много комментариев от пользователей).

Очень актуальна сейчас тема коронавирусной инфекции (Covid-19), поэтому посты по этой проблеме можно встретить в различных тематических группах, и, конечно, в группе о здоровом образе жизни. Например, о протестах антипрививочников. Мы встретили несколько таких сообщений, все были с негативной оценкой действий тех, кто агитирует против прививочной кампании, т.е. авторы как бы сообщают,

к примеру, о прошедших антипрививочных акциях в негативном свете, тем самым призывая к вакцинации. Подобные посты мы скорее относим к агитативам, нежели к репортативам, поскольку в них прослеживается четкая авторская позиция – автор блога, выражая свое несогласие с действиями противников прививочной кампании, косвенно агитирует своих подписчиков за вакцинацию.

Также много постов на тему полезных продуктов или мер, которые следует соблюдать, чтобы не заразиться или в легкой форме перенести эту инфекцию. Здесь мы уже встречаем самую популярную жанровую группу инструктивов. Это могут быть посты о продуктах, которые следует употреблять как для борьбы с коронавирусом, так и с целью улучшить здоровье и повысить качество жизни в целом. Например, пост о том, что облепиха по количеству и качеству биологически активных веществ превосходит практически все фрукты и ягоды: стимулирует обмен веществ, удаляет ненужный холестерин и останавливает атеросклероз. А кукуруза препятствует возникновению сахарного диабета и сердечнососудистых заболеваний, а также стабилизирует давление.

Мы склонны относить такие посты к инструктивам, даже если в сообщении нет прямого призыва «ешьте эти продукты и будьте здоровы». Автор рассказывает о пользе конкретных продуктов или действий и тем самым дает нам инструкцию, что нужно делать, чтобы не болеть и быть в хорошей физической (и не только!) форме. К инструктивам мы относим многочисленные рецепты здорового питания: это и цветная капуста в духовке под соусом Бешамель, и пшенная каша с яблоками и курагой, и легкие десерты, и многое другое. Авторы блогов дают подробную пошаговую инструкцию приготовления полезных блюд для тех, кто придерживается принципов ПП (правильного питания). В эту же жанровую группу (инструктивов) мы включаем инструкции по выполнению различных упражнений (для крепкого пресса, от обвисшего живота, упражнения для всех групп мышц, как правильно делать планку и т.п.). Сюда же относятся инструкции различного рода, которые соответствуют здоровому образу жизни. Например, о том, как очистить сосуды в домашних условиях или вывести лишнюю соль из организма и т.д. Здесь же советы, как приготовить очищающую смесь для улучшения цвета лица или желатиновые увлажняющие маски. То есть, опять просвечивает идея о том, что здоровый человек – это красивый человек (или наоборот, красивый человек – здоровый). Красота в наше время ассоциируется со здоровьем: приветствуются подтянутое спортивное тело, здоровые волосы и свежий цвет лица. Много восхищенных постов о зрелых последователях здорового образа жизни. Например, о 70-летней женщине, которая проезжает на велосипеде 10 км каждый день, 75-летнем бодибилдере или 64-летней модели. Причем особое восхищение у блогеров и их читателей вызывают те последователи ЗОЖ, которые пришли к этому с возрастом, то есть осмысленно.

Быть здоровым – это правильно, красиво, модно! Именно эта идея отражена в контенте ЗОЖ-блогов.

Представляет интерес жанровая группа прескриптивов – назидательных посланий морального плана. Здесь читатель встречается краткие высказывания философского наполнения, например: «Все победы начинаются с победы над самим собой», «Если у тебя есть комплексы – работай над собой, а не пытайся самоутвердиться, отыскивая недостатки в других людях», «Убей свою лень, иначе лень убьет твои мечты», «Начни сегодня, а не с понедельника!», «Не меняйся для кого-то. Меняйся для себя», «Захочешь – найдешь время. Не захочешь – найдешь причину», «В соцсетях у тебя 300 друзей. На свадьбе – 80. На дне рождения – 10. А когда у тебя проблема – всего 2. И, скорее всего, это будут твои родители». Встречаются авторские афоризмы: «Многие люди не верят в себя, и это их главная проблема». Это слова Конора МакГрегора, известного спортсмена, бойца смешанных боевых искусств, который пребывает в отличной физической форме и добился успеха в мире спорта, что вызывает восхищение, уважение и доверие со стороны автора блога и, судя по многочисленным «лайкам» поста с этой цитатой, его подписчиков.

Интересно то, что в блогах, посвященных ЗОЖ, то есть, определенному образу жизни, размывается жанровая граница между прескриптивами и агитативами. Последние В.И. Карасик определяет как «различные сообщения, продвигающие тот или иной товар или образ жизни» [Карасик 2018: 155]. На наш взгляд, высказывания, приведенные выше в этом абзаце, больше соответствуют прескриптивам, поскольку «главная характеристика прескриптивов – выражение ценностно маркированного отношения к жизни» [там же: 163]. Таким образом, прескриптивы составляют 6 % от общего количества проанализированных постов и содержат призыв автора блога, обращенный к подписчикам, о необходимости веры в себя, постоянном движении к своей цели, невзирая на сложности и жалость к себе. В группе встречаются идеи общечеловеческого значения, не только связанные со стремлением к здоровому образу жизни, как, например, о благодарности и любви к родителям, снисхождении по отношению к окружающим и т.д. Все они сопровождаются фотографиями по теме.

Самая веселая жанровая категория – это аттрактивы, которые чаще всего носят шуточный характер, например, демотиваторы. Аттрактивы составляют 12 % от общего числа постов. Учитывая тематику рассматриваемых блогов, можно сделать вывод о том, что насмешкам подвергаются такие человеческие качества как лень, слабоволие, а также попытки найти оправдания своей пассивности и движению по течению (когда на самом деле человек хочет измениться). Например, такие шуточные высказывания: «решила похудеть, поэтому не стала заказывать пиццу, а сама сходила за ней», «я – человек скромный, поэтому кубики пресса прячу под жирком», «важнейший элемент в диете –

это сон. Вовремя не уснула – обожралась пирожными». Или, «совет по похудению: сначала поверните голову влево, потом вправо, повторяйте это упражнение каждый раз, когда вам предлагают поесть». Подобные посты вызывают две основные реакции: с одной стороны, гордость за себя, что в отличие от героев высказываний, вы проявляете силу воли, от многого отказываетесь и движетесь к своей цели. А вторая реакция – это, что даже если вы оступились на своем пути к идеальному телу и здоровью – это так по-человечески, и вы такой не один. То есть, в этих насмешливых высказываниях проскальзывает идея, что иногда можно позволить себе расслабиться, чтобы с новыми силами ринуться в бой за здоровье и красоту. К этой же жанровой группе относим известный мем (мемы мы рассматриваем как часть нашей культуры, атрибут современного цифрового общества) с фотографиями слоненка, который в первый раз увидел море (сопровождается текстом: «это я, когда приеду на море!»).

Встречаются и посты рекламного характера. Они могут быть связаны с темой блога (реклама магазина спортивной одежды или другого блога о ЗОЖ, фитнесе и правильном питании) или не связаны (реклама кредитной карты или программ банка, магазина мебели или благотворительного фонда). Это уже вопрос монетизации блога, поскольку многие блогеры зарабатывают деньги на рекламе на своей странице. В исследованных нами блогах из 197 постов рекламный характер имели всего 6, т.е. 3 % от общего количества.

В рассматриваемых блогах абсолютно отсутствуют демонстративы. Могут быть посты с фото «до/после», которые демонстрируют успешные результаты похудения или улучшения физического и душевного состояния известной личности или, наоборот, представителя из «простого народа». Данные посты мы относим к категории адмиративов.

В итоге мы имеем следующие данные о жанровой наполняемости постов в интернет сообществах (по типу блогов) о здоровом образе жизни:

- инструктивы 44 %
- адмиративы 26 %
- аттрактивы 12 %
- репортативы 7 %
- прескриптивы 6 %
- рекламные посты 3 %
- агитативы 2 %
- демонстративы 0 %
- креативы 0 %

Таким образом, можно сделать вывод о том, что фитнес и ЗОЖ-блоги имеют четкую практическую направленность и содержат множество советов и инструкций о том, как укрепить здоровье и улучшить жизнь в целом. Также часто встречаются посты, содержащие какую-то

новость или интересную информацию по теме группы, которые направлены на то, чтобы вызвать активную дискуссию подписчиков. Достаточно частотными являются посты-аттрактивы, призванные, с одной стороны, укрепить веру в себя и свои силы, с другой же, наоборот, снять излишнее напряжение и показать, что у каждого могут быть моменты слабости, которые необходимо перешагнуть и двигаться дальше к своей цели.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Горошко Е. И. Лингвистика интернета: формирование дисциплинарной парадигмы / Е. И. Горошко // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе : межвузовский сборник научных трудов. – Орел : Орловский государственный институт культуры, 2007. – С. 223–237.

2. Елькин В. В. К вопросу о креолизованности англоязычного блоготекста / В. В. Елькин, М. В. Илюхина // Университетские чтения – 2015: сборник трудов конференции. – Пятигорск : Пятигорский государственный лингвистический университет, 2015. – С. 159–163.

3. Игнатов М. А. Дискурс информационно-сетевой культуры / М. А. Игнатов // Наука. Искусство. Культура. – Белгород : ГБОУ ВПО Белгородский государственный институт искусств и культуры, 2015. – Вып. 2 (6). – С. 70–79.

4. Карасик В. И. Сетевой дискурс: жанровые характеристики / В. И. Карасик // Язык. Текст. Дискурс. – Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. – № 16. – С. 152–166. Кожевникова И. Почему ЗОЖ и здоровое питание сейчас это модно. – Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/id/5f646df680eb9150b4949dc5/pochemu-zoj-i-zdorovoe-pitanie-seichas-eto-modno-5f92fa0098e57704a1dbab8a>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения 18.08.2021).

6. Социальная сеть ВКонтакте. – Режим доступа: <https://vk.com>, свободный. – Заглавие с экрана – Яз. рус. (дата обращения 18.08.21).

## НОРМЫ И ПРАВИЛА ПОВЕДЕНИЯ В «ИНСТАГРАМ»

Юсупова Р.Р.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** В статье рассматриваются нормы и правила поведения (жесткие; прескриптивные) в Instagram. Описываются языковые средства их актуализации.

**Ключевые слова:** нормы, правила, социальные сети, Инстаграм, сетевой дискурс

**Abstract.** The article deals with the norms and rules of conduct (strict rules; prescriptions) in Instagram. The analysis of linguistic means of expressing these norms and rules is given.

**Keywords:** norms, rules, social networking service, Instagram, Internet discourse

За последние два десятилетия социальные сети стали предметом изучения разных научных областей: лингвистики, философии, психологии, социологии, культурологии, политологии и экономики. Виртуальное общение заменяет актуальное, создает новую сферу информационной коммуникации и условия для формирования новых характерных лингвокультурных, социально-поведенческих и ментальных установок и правил. Особое внимание уделяется коммуникативному поведению в социальных сетях [Митягина, Сидорова 2016; Усачева 2005], языковым и речевым особенностям сообщений [Горошко 2009], а также их жанровой специфике [Галичкина 2021а; 2021б; Лутовинова 2009; Щипицина 2009].

Сегодня социальные сети – это полноправное пространство существования людей, со своими типичными для любого общества особенностями: собственным уровнем культуры, моральных ценностей, нравственных установок, правил поведения. Коммуникация в социальных сетях строится на основе определенных правил поведения в сети, включающих общие нормы коммуникативного взаимодействия, свойственные естественному диалогу и отраженные в известных коммуникативных принципах кооперативности, вежливости, рациональности, правилах вежливости и др. [Карасик 2019: 230]. Виртуальное общение также представляется и сетевым этикетом (нетикет – от англ. «network» – сеть и фр. «etiquette» – этикет). Данные нормы и правила поведения обуславливаются техническими причинами оптимальной организации безконфликтной коммуникации, наличием системы модераторов и конвенциональных способов коммуникативного поведения, коммуникативной креативности, экспрессивности самовыражения и самопродвижения [Галичкина 2012: 79–80].



Социальные сети сегодня представляют собой среду виртуальной коммуникации с одной стороны, но и являются новым медиапространством с другой, заменившим для большинства пользователей традиционные СМИ. На сегодняшний день, одной из самых популярных социальных сетей является Instagram с 1 миллиардом пользователей по всему миру. Данная сеть популярна не только среди обычных пользователей, но и востребована большинством предпринимателей, компаний и брендов. Все это связано с удобной функциональностью площадки, бизнес-аккаунты имеют доступ к статистике, функция Direct облегчает общение с потенциальными потребителями, использование хештегов упростило поиск товаров и событий. Таким образом, Instagram в том виде, в котором он существует сегодня, давно перерос отведенный ему статус социальной сети по обмену фотографиями и видеозаписями и превратился в площадку для продвижения личного бренда, распространения различных товаров и услуг, а также в инструмент для формирования и поддержания имиджа.

Материалом исследования данной работы послужили правила поведения в социальной сети Instagram. Данные правила находятся в свободном доступе в сети Интернет, они строго формализованы и зафиксированы на платформе Сервиса.

В результате анализа практического материала мы пришли к следующим выводам. Правила поведения на платформе формализованы, регламентированы и закреплены в письменном виде в разделах «Условия использования Сервиса» и «Руководство сообщества». Мы классифицировали правила поведения в Instagram на **жесткие** и **прескриптивные** предписания.

**Жесткие** предписания правил поведения закреплены в разделе «Условия использования Сервиса». Их эксплицитная форма характеризуется высокой степенью иллокутивной силы высказывания. Выражаются в обязательствах, которые берет на себя пользователь. В случае нарушения данных правил следуют санкции. Приведем примеры: *Вам должно быть как минимум 13 лет или вы должны достичь минимального возраста, начиная с которого в вашей стране законодательно разрешено использовать Instagram; Вы не должны быть осуждены за совершение преступления на сексуальной почве; Вы не имеете права выдавать себя за других людей или предоставлять неточную информацию; Вы не имеете права препятствовать нормальной работе Сервиса или вмешиваться в его работу.* Вышеуказанные примеры представляют собой типичный образец запрета. Семантика выражена с помощью лексем, которые по их лексическому значению можно разделить на две основные группы: предикативные наречия повелительной модальности (*должны/ не должны*) и прохибитивная конструкция с отрицательной частицей (*не имеете права*). В примыкающем к предикативным наречиям инфинитиве (*должны быть*) лексически выражается содержание того, что нужно делать

(должно быть, должны достичь, не должны быть осуждены и т. д.). Высокую частотность употребления в данных правилах демонстрируют конструкции с прохибитивным отрицанием не (*не имеете права*), при этом адресат получает от адресанта запрет к определенному действию (*препятствовать, вмешиваться и т.д.*).

По речеактовой форме жесткие нормы сводятся к строгим запретам и включают в себя такие прагматические признаки как приоритетность позиции адресанта; высокая степень категоричности побуждения к выполнению действия; высокая степень обязательности выполнения действия; бенефактивность действия для адресанта. Нарушение запрета влечет за собой санкции [Беляева 1992: 15].

Прескриптивные нормы закреплены в «Руководстве сообщества», выражаются речевым актом рекомендации. Приведем примеры: *Будьте осмотрительны, публикуя информацию об интересных событиях. Некоторые из них подразумевают наличие тяжелых для восприятия изображений. Если вы делитесь контентом по подобным причинам, рекомендуем добавить к фото подпись с предупреждением о тяжелых для восприятия сценах насилия.* В вышеприведенном примере в качестве языкового средства выражения речевого акта рекомендации выступают глаголы в повелительном наклонении, которые сочетаются с прилагательными, называющими рекомендательное действие (*будьте осмотрительны*), а также непосредственно глагол *рекомендовать*. *Вы можете найти материалы, которые вам не нравятся, но не нарушают наше Руководство сообщества. В этом случае вы можете отменить подписку на человека, который разместил их, или заблокировать его. Если вам не нравится какой-то комментарий к одной из ваших публикаций, вы можете удалить его.* Рекомендации в вышеприведенных примерах оформлены с помощью конструкции придаточного предложения условия.

К основным прагматическим признакам рекомендации следует отнести приоритетность позиции адресанта; некатегоричность побуждения к выполнению действия; необязательность выполнения действия; бенефактивность действия для адресанта и/или для адресата. Соблюдение или нарушение данных правил зависит от воли адресата.

Санкции также жестко регламентированы, письменно закреплены и выражаются в виде прав Сервиса. Приведем примеры: *Мы вправе удалить любой контент или информацию, которыми вы делитесь в Сервисе, если сочтем, что они нарушают настоящие Условия использования или наши правила (в том числе наше Руководство сообщества Instagram), либо если это разрешено или предусмотрено требованиями законодательства; Мы также вправе прекратить или изменить работу Сервиса, удалить или заблокировать контент или информацию, предоставленную на нашем Сервисе, либо прекратить предоставление Сервиса полностью или частично, если мы посчитаем, что это необходимо в разумной мере для предотвращения*

или смягчения негативных правовых или нормативных последствий для нас. В вышеприведенных примерах в качестве языкового средства выражения наказания выступает предикатив *вправе*, который сочетается с инфинитивом, называющим наказывающее действие (*вправе удалить/прекратить/заблокировать*). В данных примерах выражается авторитетность адресанта.

В результате стремительного развития интернет технологий виртуальное общение в социальных сетях постепенно заменяет актуальное. Социальные сети являются местом, где представители разных культур, возрастов и убеждений выражают себя и взаимодействуют. Для того чтобы в Instagram такое взаимодействие было безопасным, разработчики платформы создали нормы и правила сообщества. В работе предлагается классифицировать правила поведения данной социальной сети на жесткие и прескриптивные предписания. Жесткие предписания правил поведения закреплены в разделе «Условия использования Сервиса». Их эксплицитная форма характеризуется высокой степенью иллокутивной силы высказывания. Лексическими средствами выражения запрета выступают предикативные наречия повелительной модальности (*должны/ не должны*) и прохибитивная конструкция с отрицательной частицей (*не имеете права*), которые в своем значении содержат семантический компонент «наложение запрета на что-либо». В результате анализа норм, закрепленных в «Руководстве сообщества», мы пришли к следующим выводам: данные правила имеют рекомендательный характер. Они отличаются некатегоричностью побуждения к выполнению действия; необязательностью выполнения действия; бенефактивностью действия для адресанта и/или для адресата. Соблюдение или нарушение данных правил зависит от воли адресата. Санкции жестко регламентированы, выражаются в виде прав Сервиса и его авторитетности.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Беляева Е. И. Грамматика и прагматика побуждения: английский язык / Е. И. Беляева. – Воронеж : Изд-во ВГУ, 1992. – 168 с.
2. Галичкина Е. Н. Компьютерная коммуникация: лингвистический статус, знаковые средства, жанровое пространство : монография / Е. Н. Галичкина. – Волгоград : Парадигма, 2012. – 322 с.
3. Галичкина Е. Н. Интернет-дискурс: основные направления изучения и тенденции развития / Е. Н. Галичкина // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2021а. – № 7 (160). – С. 94–101.
4. Галичкина Е. Н. Виртуальная личность как объект изучения антропологической лингвистики / Е. Н. Галичкина // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2021б. – № 2. – С. 28–38.

5. Горошко Е. И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии / Е. И. Горошко // Жанры речи: сб. науч. ст. – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2009. – Вып. 6. – С. 11–27.
6. Лутовинова О. В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса / О. В. Лутовина. – Волгоград : Изд-во ВГУ «Перемена», 2009. – 476 с.
7. Митягина В. А. Жанры персонального интернет-дискурса: Коммуникативные экспликации личности / В. А. Митягина, И. Г. Сидорова // Сб. науч. ст. – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2016. – Вып. 2. – С. 105–115.
8. Карасик В. И. Языковые мосты понимания : монография / В. И. Карасик. – М. : Дискурс, 2019. – 524 с.
9. Усачева О. Ю. Лингвокультура языковой личности в интернет-коммуникации / О. Ю. Усачева // Государственная служба. – № 5. – 2005. – С. 97–102.
10. Щипицина Л. Ю. Жанры компьютерно-опосредованной коммуникации / Л. Ю. Щипицина : монография. – Архангельск : Поморский университет, 2009. – 238 с.

### АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОНЦЕПТА «КОМПЬЮТЕР» (НА МАТЕРИАЛЕ НАУЧНО-ФАНТАСТИЧЕСКИХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ)

Минеева Ю.В.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** В статье дается анализ примеров из научно-фантастических произведений и художественных фильмов. Выявляются положительные и отрицательные аксиологические характеристики концепта «компьютер».

**Ключевые слова:** аксиология, концепт, научная фантастика, компьютер

**Abstract.** The article deals with the analysis of the examples from science-fiction books and movies. Positive and negative characteristics of the concept “computer” are being revealed.

**Keywords:** axiology, concept, science fiction, computer

Поскольку концепт является единицей культуры, он включает в себя ценностную составляющую [Карасик 1996]. Ценностный компонент является центральным компонентом, и так как концепт служит исследованию культуры, то в основе лежит именно ценностный принцип [Карасик, Слышкин 2001: 77–78]. Под ценностной составляющей концепта в настоящей статье понимается не только важность, но

и характер, актуальность ценностного объекта, его социальность, а также контекст, в котором воспринимается этот объект. Ценностная составляющая концепта моделируется посредством интерпретативного анализа ценностно-маркированных высказываний. Поскольку концепт «компьютер» явление молодое, он не зафиксирован в пословицах и поговорках. Материалом для выявления ценностной составляющей рассматриваемого концепта служат оценочные суждения из произведений научной фантастики.

Ценности лежат в основе каких-либо предпочтений, которые делает человек, характеризуя предметы, события, качества, и отражаются в сознании людей в виде суждений и оценок. Отношение человека к действительности предполагает оценку, так как через оценку происходит формирование системы ценностей в сознании людей [Connor 1992: 8] Представление об оценке, прежде всего, связывается с оценочными предикатами «хорошо» и «плохо» [Арутюнова 1999; Вольф 2006]. Таким образом, анализ контекстов, содержащих оценочные суждения, помогает установить ценностные характеристики концепта.

Человек склонен давать оценку многим явления и вещам. Критерии оценки многообразны, но основным критерием, как уже было отмечено выше, является критерий «хорошо-плохо». По такому же критерию человек оценивает и компьютер.

Е.Н. Галичкина в статье «Оценочные характеристики концепта «компьютер»» на материале афоризмов и оценочных высказываниях о компьютере» отмечает удобство компьютера и способность «вмещать» большое количество информации; способность с легкостью выполнять вычисления; инструментальность; логичность операций, выполняемых компьютером; значимость компьютера для будущего человечества; интеллектуальное превосходство компьютера над человеком. Данные оценочные характеристики находят отражение при анализе научно-фантастических произведений:

«1) удобность компьютера и способность «вмещать» большое количество информации – Oh well. What I need is the ship's documentation: engine number, place of manufacture, identification code. It's all in the computer, I'm sure, and it can probably turn out the formal card I need in half a second [Azimov 1991:116)]/ Хорошо. Мне нужна вся документация по кораблю: номер двигателя, место производства, код идентификации. Все это есть в компьютере, и я уверен, что он выдаст мне необходимую информацию через полсекунды. (Здесь и далее перевод наш. Минеева Ю.В.)

В данном примере мы видим, что удобство компьютера заключается в объеме информации, который он содержит. Герой ее запрашивает, и через долю секунды получает то, что ему нужно.

2) способность выполнять вычисления с легкостью – At first, the pass-keys being used were short enough for the NSA's computers to «guess». If a desired pass-key had ten digits, a computer was programmed

to try every possibility between 0000000000 and 9999999999. Sooner or later the computer hit the correct sequence [Brown 1998:10] / Сначала используемые пароли были довольно короткими, что давало возможность компьютерам АНБ их "угадывать". Если искомый пароль содержал десять знаков, то компьютер программировался так, чтобы перебирать все комбинации от 0000000000 до 9999999999, и рано или поздно находил нужное сочетание цифр.

В отличие от человека компьютеры способны выполнять любые арифметические вычисления, даже если на это уходит много времени. Компьютер не способен устать.

3) инструментальность – The computer instantly confirmed the frequency concentrations in her voice, and the gate clicked open [Brown 1998:3] / Компьютер немедленно распознал частоту ее голоса, и дверь, щелкнув, открылась. The computer can calculate its orbit and tell me in short order if I were to ask it; «The capital is on the northern side of the equator so it is either in mid-fall or mid-winter» [Azimov 1991:29] / Компьютер может вычислить орбиту и быстро сказать мне, если я его об этом спрошу. «Столица находится к северу от экватора и, следовательно, сейчас середина осени или середина зимы».

Инструментальность компьютера в данных примерах заключается в том, что он с легкостью выполняет любые задачи, поставленные человеком.

4) логичность операций, выполняемых компьютером – The computer had been locked in an endless loop for almost twenty hours. Susan knew, however, that there were other programs that could keep TRANSLTR busy that long, programs far easier to create than an unbreakable algorithm [Brown 1998:229] / Компьютер висел уже почти двадцать часов. Она, разумеется, знала, что были и другие программы, над которыми он работал так долго, программы, создать которые было куда легче, чем нераскрываемый алгоритм.

Компьютер логично и последовательно выполняет привычную для него работу. Иногда такая работа занимает слишком много времени, но компьютеры в конце концов выполняют ее с легкостью.

5) значимость компьютера для будущего человечества – Susan suspected there were schemes hidden in Strathmore's computer that someday would change the world [Brown 1998: 42] / Сьюзан не оставляло подозрение, что в компьютере шефа кроется нечто, чему в один прекрасный день суждено изменить весь мир.

Я говорю не о справочниках, отражающих известные и большей частью ненужные знания, а о тех книгах, что порождали новую этику и понимание мира. Они начинали влиять на жизнь людей, приводить к энтропии, разрушать. Как проклятие – чем более информативной была книга, тем сильнее она сотрясала мир. Человек не был в силах создавать порядок и при этом не вносить в мир хаос. Другое дело – компьютеры. Это информация в чистом виде. Она стекается с разных

направлений, накапливается, множится. Она не исчезает бесследно, отдать файл с информацией – совсем не то же самое, что отдать драгоценный камень или любимую книгу. Она рвет пространство Вселенной, нарушает равновесие порядка и хаоса [Лукьяненко 1997: 174].

Данный пример показывает нам, что компьютеры очень значимы для будущего человечества. Они способны изменить мир. Хотя неизвестно в какую сторону (хорошую или плохую) произойдут данные изменения.

6) интеллектуальное превосходство компьютера над человеком – «Quite simply, Susan, we let the truth hit the street. We tell the world that the NSA has a computer that can break every algorithm except Digital Fortress» [Brown 1998: 226] - Это совсем просто, Сюзан, мы позволим правде выйти за эти стены. Мы скажем миру, что у АНБ есть компьютер, способный взломать любой код, кроме «Цифровой крепости». Tre- vize smiled broadly. «Get used to it, please; The ship is far safer under the computer's control than it ever would be under mine» [Azimov 1991: 197] / Тревис широко улыбнулся. «Привыкай. Корабль намного безопаснее под контролем компьютера, нежели под моим».

В данных примерах мы видим превосходство компьютера над человеком. Компьютер способен взломать любой код, управлять космическим кораблем. Все эти действия он выполняет гораздо лучше человека.

Анализ практического материала позволяет отметить, что человек достаточно часто выражает отрицательное отношение к компьютеру. Е.Н. Галичкина в статье «Оценочные характеристики концепта «компьютер»» выделяет: ненадежность и медлительность компьютера, его склонность совершать ошибки, механичность выполняемых операций. Данные характеристики находят отражение при анализе научно-фантастических произведений.

1) ненадежность – With word on the street that computer-encrypted codes were entirely unbreakable-even by the all-powerful NSA the secrets poured in [Brown 1998: 176] / В условиях, когда пользователи были убеждены, что закодированные с помощью компьютера сообщения не поддаются расшифровке, даже усилиями всемогущего Агентства национальной безопасности, секреты потекли рекой.

Данным предложением автор говорит о ненадежности и несовершенстве компьютеров и компьютерных программ.

Я вновь смотрел на виртуальный мир, но пока он условен, как дешевый мультяш. Зернистое изображение, красивый, но грубоватый рисунок. Большого компьютер вытянуть не может [Лукьяненко 1997: 40].

В данном примере герой жалеет о том, что его виртуальная реальность не изображается четко, как должно быть. Изображение, созданное компьютером, автор сравнивает с дешевым мультфильмом. В данном случае, используя оценочное прилагательное «дешевый», автор хотел показать несовершенство компьютера.

2) медлительность – As the world got wise to the power of brute-force code-breaking, the pass-keys started getting longer and longer. The computer time needed to «guess» the correct key grew from weeks to months and finally to years [Brown 1998: 10] / Когда мир осознал возможности шифровки с помощью «грубой силы», пароли стали все длиннее и длиннее. Компьютерное время, необходимое для их «угадывания», растягивалось на месяцы и в конце концов – на годы.

В данном примере автор говорит о времени, необходимом компьютеру произвести операцию «угадывания» шифра. Это месяцы и даже годы. Состязаются два вида компьютеров – те, что кодируют информацию и те, что ее расшифровывают. Задача дешифровки усложняется, на нее уходят годы, когда информация теряет актуальность и становится ненужной.

3) склонность совершать ошибки – The NSA's head cryptographer had tried everything – substitutions, cipher boxes, even anagrams. She'd run the letters «without wax» through her computer and asked for rearrangements of the letters into new phrases [Brown 1998: 70] / Главный криптограф АНБ (Агентство Национальной Безопасности) испробовала все – подмену букв, шифровальные квадраты, даже анаграммы. Она пропустила эти слова через компьютер и поставила перед ним задачу переставить буквы в новую фразу. Выходила только абракадабра.

В данном предложении автор говорит о несовершенстве компьютеров. По его мнению, они не всемогущие и способны совершать ошибки, когда перед ними ставятся сложные задачи.

4) механичность выполняемых операций – The notion of a rotating cleartext function was first put forth in an obscure, 1987 paper by a Hungarian mathematician, Josef Harne. Because brute-force computers broke codes by examining cleartext for identifiable word patterns, Harne proposed an encryption algorithm that, in addition to encrypting, shifted decrypted cleartext over a time variant. In theory, the perpetual mutation would ensure that the attacking computer would never locate recognizable word patterns and thus never know when it had found the proper key [Brown 1998: 15] / Первое упоминание о меняющемся открытом тексте впервые появилось в забытом докладе венгерского математика Джозефа Харне, сделанном в 1987 году. Ввиду того что компьютеры, действующие по принципу грубой силы, отыскивают шифр путем изучения открытого текста на предмет наличия в нем узнаваемых словосочетаний, Харне предложил шифровальный алгоритм, который, помимо шифрования, постоянно видоизменял открытый текст. Теоретически постоянная мутация такого рода должна привести к тому, что компьютер, атакующий шифр, никогда не найдет узнаваемое словосочетание и не поймет, нашел ли он искомый ключ.

В данном примере говорится о механичности выполняемых операций. Компьютер делает то, на что его запрограммировали. Так, они



изучают открытый текст. Однако любая программа нуждается в совершенствовании.

Анализ собранных примеров, объективирующих концепт «компьютер» в научно-фантастическом дискурсе, показывает, что авторов тревожит все растущая зависимость человека от компьютера и возможные отрицательные последствия усиления такой зависимости в будущем. Данные опасения могут быть сведены к следующим суждениям:

Высокая зависимость человека от компьютера. Человек все больше полагается на устройство: He depended heavily on his computer when devising and revising his plans [Brown 1998: 41] / Строя свои планы, он целиком полагался на собственный компьютер.

Иногда люди становятся настолько зависимыми от компьютеров, что превращаются в компьютерных маньяков: He was the consummate computer addict. Despite the Saturday rule, he often slipped into Crypto on weekends to use the NSA's unrivalled computing power to run new programs he was working on [Brown 1998:64] / Он был законченным компьютерным маньяком. Вопреки правилам он часто проникал в шифровку в уик-энд, чтобы на мощнейших компьютерах погонять программу, над которой работал.

Подобно океану у компьютера есть невиданные глубины, в которые никому не удалось заглянуть: She quickly began closing Hale's E-mail files in order to leave the terminal exactly as she had found it. Hale could suspect nothing – not yet. The Digital Fortress pass-key, she realized in amazement, was probably hidden somewhere inside that very computer [Brown 1998: 87] / Сюзан стала быстро закрывать файлы электронной почты Хейла, уничтожая следы своего посещения. Хейл ничего не должен заподозрить – пока. Ключ к «Цифровой крепости», внезапно осенило ее, прячется где-то в глубинах этого компьютера.

Вполне возможно, что скоро компьютеры выйдут из подчинения человеку и будут самостоятельно управлять своими действиями: In three years Cyberdyne will become the largest supplier of military computer systems. All Cyberdyne computers will become fully unmanned [The Terminator www] / Через три года «Сайбердайн» станет крупнейшим поставщиком военных компьютерных систем. Их компьютеры будут абсолютно безоператорными.

Компьютер рассматривается как часть человека, и перестает быть инструментом, который помогает человеку выполнять определенные действия: I've watched you, Neo. You do not use a computer like a tool. You use it like it was a part of yourself. What you can do inside a computer is not normal. I know. I've seen it. What you do is magic [The Matrix www] / Я наблюдал за тобой, Нео. Ты не используешь компьютер как инструмент. Ты пользуешься им так, как будто он часть тебя. То, что ты можешь делать внутри компьютера – ненормально. Я знаю. Я видел. То, что ты делаешь – это волшебство.

Человек и компьютер неразделимы. Компьютер – это часть человека. Он становится объектом любви. Прикасаясь к компьютеру, герой испытывает чувства, которые возникают при прикосновении к женщине, он подсознательно ассоциирует его с женщиной: He stared at the computer with warm relief. It had worked perfectly. And what he felt for it he could only describe as love. While he held its hands (he refused to admit to himself that he thought of it as her hands) they were part of each other [Azimov 1991: 179] / Он удовлетворенно посмотрел на компьютер. Он прекрасно работал. И чувство, которое он испытывал к нему, он мог назвать только любовью. В то время как он держал его руки (он отказывался признаться сам себе, что думал о них как о женских руках), они были частью друг друга.

Александровцы – последователи одного писателя фантаста из Питера. Они не то выступают за сращивание человека с компьютером, не то ожидают от виртуальности каких то невысказанных благ [Лукьяненко 1997: 19].

Несмотря на высокий уровень достижений информационных технологий, компьютер пока еще не может превзойти человека. Данный факт находит отражение в высказываниях, подчеркивающих превосходство человека над компьютером: The human mind is the fastest computer in existence [Azimov 1991: 190] / Нет сомнений, что человеческий мозг все же совершеннее самого быстродействующего компьютера в мире.

Компьютеры безэмоциональны и механистичны. Автор сравнивает компьютер со змеем, искусившим в раю Адама и Еву. Он обеспечивает удобство и быстроту работы, но он остается машиной, и работа с ним лишает писателя живого контакта со словом: Однако Горецкий, увы, похоже, сам принял яблоко от своего змея: он перешел с пишущей машинки на ужасный компьютер! И вот теперь, хоть работа идет быстрее и легче, но при этих кажущихся преимуществах... теряется теплота живого слова, теряется, испаряется! Письмо, написанное рукой, хранит в себе жар сердца или холод души, а в неровных строках бьется сам пульс живой жизни! Нет, это просто невысказанно - перейти на компьютер, да еще принять участие в их безумной и бездумной профанации искусства! [Никитин 2004: 129].

Люди боятся компьютера:

Любую техническую новинку, будь то электрогриль или компьютер, отец воспринимает враждебно. Инстинктивно враждебно, даже не вникая в ее работу. Думаю, что и телевизор он купил в числе последних, если телевизор не был куплен его отцом, а моим дедом [Никитин 2004: 7].

Давным-давно, когда еще не существовало никакой виртуальности, когда компьютеры были большими, люди начали бояться электронного сверхразума. Его появление предсказывали и в объединенных телефонных сетях, и в примитивных ламповых арифмометрах. Компьютеры совершенствовались, объединялись в сети, а разума – не

возникало. Тогда стали бояться людей, которые сумеют общаться с электронной сетью на новом, недоступном большинству уровне, без всяких устройств ввода-вывода. Но время шло, а людей таких – не находилось. Легенды, Карина! Защитный механизм человечества. Все непонятное – потенциально опасно. Все непонятное – страшно [Лукьяненко 2002: 28–29].

Подведем итоги.

Являясь единицей культуры, концепт включает в себя ценностную составляющую. Под ценностной составляющей концепта в настоящей статье понимается не только важность, но и характер, актуальность ценностного объекта, его социальность, а также контекст, в котором воспринимается этот объект.

Отношение человека к действительности предполагает оценку, так как через оценку происходит формирование системы ценностей в сознании людей. Склонность человека к оценке практически любого «сегмента» деятельности проявляется в отношении человека к компьютеру. Главным образом оценка проходит по ценностной шкале «хорошо – плохо». Оценочные высказывания на эту тему констатируют положительное и отрицательное отношение к компьютерам.

Положительно оцениваются функциональные возможности компьютера: вариативность, универсальность выполняемых функций; аккумуляция, хранение большого количества информации; скорость выполнения вычислений.

Отрицательные характеристики, приписываемые компьютеру весьма вариативны: ненадежность, ошибочность действий, механичность выполнения операций. Таким образом, прослеживается амбивалентное отношение к компьютеру.

В научно-фантастических произведениях также показана зависимость человека от компьютера, т.к. компьютер стал частью человека.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – М. : Школа «Языки русской культуры», 1998. – 896 с.
2. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф. – Издание 3. – М. : КомКнига, 2006. – 280 с.
3. Карасик В. И. Культурные доминанты в языке / В. И. Карасик // Языковая личность: культурные концепты. – Волгоград, Архангельск: Перемена, 1996. – С. 3–16.
4. Карасик В. И. Лингвокультурный концепт как единица исследования / В. И. Карасик, Г. Г. Слышкин // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. – Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 2001. – С. 75–80.
5. Лукьяненко С. В. Лабиринт отражений / С. В. Лукьяненко. – М. : АСТ, 1997. – 480 с.

6. Лукьяненко С. В. Прозрачные витражи / С. В. Лукьяненко. – М.: АСТ, 2002. – 443 с.
7. Никитин Ю. А. Баймер / Ю. А. Никитин. – М. : Эксмо, 2004. – 512 с.
8. Azimov A. Prelude to Foundation / A. Azimov. – N.Y.: Bantam / Spectra, 1991. – 434 p.
9. Brown D. Digital Fortress / D. Brown. – N.Y.: St. Martin's Press, 1998. – 311 p.
10. The Matrix. – 1999. – Available at: <http://www.simplyscripts.com> (accessed: 22.08.2021).
11. The Terminator. – 1984. – Available at: <http://www.simplyscripts.com> (accessed: 22.08.2021).

## ЖАНРОВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ДЕМОНСТРАТИВА В СЕТЕВОМ ДИСКУРСЕ

Грыгрышев Д.П.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** В статье рассматривается понятие жанр, его изменение под воздействием современных коммуникационных технологий. В частности, акцент делается на представителе жанров сетевого дискурса как демонстратив. Рассматриваются его жанровые характеристики.

**Ключевые слова:** жанр, сетевой жанр, демонстратив, сетевой дискурс

**Abstract.** The article discusses the concept of genre, its change under the influence of modern communication technologies. In particular, the emphasis is on the representative of the genres of network discourse as a demonstration. Its genre characteristics are considered.

**Keywords:** genre, network genre, demonstrating, network discourse

Академические лекции и непринужденные беседы – примеры жанров разговорной речи, а газетные статьи и эссе являются примерами жанров письменной речи. Жанры часто имеют ряд общих особенностей. На них можно говорить или писать традиционными способами, а иногда условными. У них также часто общая функция и цель (или набор функций и целей).

Жанры обычно используются конкретным человеком, нацеленным на определенную аудиторию, например, академическая лекция, читаемая лектором группе студентов. Могут быть определенные контексты, в которых обычно встречается жанр, например лекция в университетском лекционном зале, и определенные темы, которые обычно

связаны с использованием жанра, например содержание определенного академического курса.

Жанры меняются со временем. Это может быть ответом на изменения технологий или результатом изменения ценностей, лежащих в основе использования определенного жанра. Офисная памятка – это пример жанра, который изменился в ответ на технологические изменения. Встреча в офисе может измениться, когда председательствует новый человек, который отличается от своего предшественника представлением о том, как следует проводить собрание, что важно обсудить и как это следует обсуждать.

Примеры смены жанров можно увидеть в том, как Интернет повлиял на существующие формы коммуникации и представил новые его формы, такие как интернет-чаты, блоги и онлайн-форумы. Внедрение новых технологий может также принести с собой новые жанры, например способ, которым мобильные телефоны представили новый жанр обмена текстовыми сообщениями или публикации в интернете из любой точки мира в любое время, доступ к которым может получить любой пользователь [Paltridge 2012].

В связи с этим в лингвистике появляются соответствующие новые направления, исследующие жанровую составляющую данного феномена – «виртуальное жанроведение» своей главной задачей видит выявление критериев классификации и описание разных форм общения в Интернете [Атабаева 2003] с позиций теории жанров. Исследователи пытаются выявить традиционные жанры в коммуникативной среде сети Интернет, а также определить критерии функционирования традиционных и новых жанров в специфической коммуникационной ].

Из-за продолжающейся дискуссии о стандартизированной классификации сетевых жанров и критериев их выделения, единая классификация отсутствует. Поэтому в своей работе в качестве основной классификации жанров сетевого дискурса мы предлагаем использовать классификацию В.И. Карасика.

Проанализировав контент социальных сетей, В.И. Карасик установил, что информация, которая и «создаёт» социальные сети, условно может быть разделена на восемь жанровых групп.

- Репортативы
- Социативы
- Креативы
- Агитативы
- Инструктивы
- Прескриптивы
- Атрактивы
- Демонстративы.

Демонстратив как жанр – это проявление демонстративности, она, в свою очередь, является акцентированным намеренным указанием на себя и свое окружение с целью произвести впечатление на участников общения. Согласно ученому, демонстратив – это автопрезентация, фотография себя и/или своих близких, часто с подписью [Карасик 2019].

Самым ярким представителем этой группы является selfie.

Демонстратив, как и другой любой жанр имеет свои характеристики. Основная цель демонстратива – привлечь к себе внимание. Его важнейшие признаки – полимодальный характер информации

Понимание многих текстов строится не только на словах, но и на сочетании слов с другими формами трансляции информации, такими как изображения, фильмы, видеоизображения и звук, то есть мультимедиа. Неразрывная связь текста и медиа файла, сопровождающего текст, или, наоборот, медиа файла и текста с ним, обеспечивает одновременно «близость» к событиям, о которых говорится в публикации, и вовлекает людей в них.

Сочетание текстовой и мультимедийной составляющей помогает читателю всецело осознать ту информацию, которую хочет передать ему автор. Комментарии тоже принято считать частью публикации, хотя их автором (как принято) не является автор первоначальной информативной публикации.

Полимодальность характерна для жанров печати, телевидения и в настоящее время для демонстративов сетевого дискурса. Например, представление человека в публикациях в социальной сети Instagram основывается не только на словах под самой публикацией, но и на изображениях, которые используются для сопровождения слов. Рассмотрим публикацию в личном блоге Ким Кардашьян (@kardashian) в Instagram. Пост был опубликован 13 октября 2020 года. Он состоит из вербальной части, медиафайла в виде фотографии самой Ким Кардашьян и ее мужа Канье Уэста на фоне гор, комментариев и лайков.

Рассмотрим вербальную часть публикации. Приведенный пример представляет собой сообщение данных места, где была сделана фотография. Обратим внимание на то, что автор употребил сокращение pic, вместо полноценного слова picture. Это один из многочисленных примеров использования сокращений в демонстративах сетевого дискурса. Интернет язык стремится к максимальной информативной емкости при минимальном количестве знаков, что выражается сокращениями.

Можно предположить, такая особенность сетевого языка появилась не случайно, а именно из-за технических ограничений социальной сети Twitter. С 2006 (с года запуска платформы) до 2017 года один твит (название публикации в Twitter) мог содержать только 140 символов. Пользователям приходилось искать новые способы передачи

максимального объема информации в ограниченном количестве символов, что и послужило распространению сокращений.

Публикация из примера выглядит для читателя как совокупность текста и изображения, единое целое, тем самым выполняя цель жанра – привлечь внимание. Доказательством этого является количество «лайков» данной публикации – 4 406 271 лайк. Кнопка «Нравится» или «Лайк» — функция в коммуникационном программном обеспечении, предназначенном для социальных сетей, блогов, интернет-форумов, сервисов социальных закладок, новостных сайтов, которая используется для выражения отношения пользователей к тому или иному контенту [Нравится [www](#)]. Исходя из определения, можно сделать вывод, что количество лайков прямо пропорционально количеству внимания, уделяемого той или иной публикации.

Рассмотрим другой пример. Публикация пользователя @kasumi\_chin под ником gingerbread в Twitter от 22 октября 2020 года.

Текст публикации: «Моя орфография сказала пока 🙏простити»

Мы можем заметить, что автор для передачи шутки, интонации, демонстрации неприязни, высмеивания какого-либо события/лица или даже речевой ситуации, подает устный текст в письменном виде с орфографическими (а часто можно встретить и с пунктуационными) ошибками. Зачастую присутствует смешивание различных языков.

Мы можем сделать вывод, что в сетевом демонстративе предпринимаются попытки переноса устной речи в письменную. То есть можно сказать, что в данном примере демонстратив выступает своего рода транскриптом устной речи автора. Однако согласно В. В. Васильевой [2015], чисто механическое воспроизведение на письме устной речи невозможно по целому ряду причин. Поэтому данное явление требует более детального исследования.

Во-первых, фактура устной речи совершенно иная, чем речи письменной, по причине многоканальности устной речи. Часть смысла может передаваться интонацией, жестами. Каким-то образом эти смыслы необходимо воспроизводить в тексте.

Во-вторых, устная речь, в силу ее спонтанности, пусть даже частичной, содержит большое количество отступлений от лексико-грамматических норм письменной литературной речи, которые при чисто механическом ее воспроизведении на письме будут восприниматься как ошибки. Так, не соблюдаются нормы словорасположения, заметно действие закона аналогии, упрощаются структуры словосочетания и т. д.

В-третьих, содержание устного текста структурируется иначе, чем содержание текста письменного. Возможны повторы, частичные и неоднократные возвращения к сказанному, что для письменного текста является излишним, неприемлемым [Васильева 2015].

Также сегодня на смену большому набору слов в публикации приходят эмодзи (англ.: emoji). Эмодзи (от яп. 絵 — картинка и 文字 — знак, символ;) — язык идеограмм и смайликов, используемый в электронных сообщениях и веб-страницах, а также сами пиктограммы [7]. Каждый эмодзи несет в себе значения действия или эмоции. Например, 😊 данный графический элемент обозначает улыбку; 🗺 — карта, ❤ — сердце; знак, выражающий эмоцию любви. Но помимо сепаратного друг от друга значения, совокупность эмодзи могут передавать целые предложения: «😊🍂🌲 — Я обожаю осенний лес.» С помощью эмодзи язык сетевого дискурса передает эмоциональную наполняемость речи, что опять-таки свойственно устным жанрам.

Суммируя все признаки и характерные особенности демонстратива, мы можем говорить, что это публикация в интернете, которая направлена в первую очередь на привлечение внимания. Привлечение внимания достигается за счет полимодальности демонстратива. Его информационная наполняемость обусловлена не только намерением автора донести до читателя некую новость, но и экстралингвистическими условиями, что выливается в парадигму «максимальная информативность при минимальной затрате знаков». Одной из выделяющихся особенностей демонстратива является его схожесть с устной речью, попытками перенести ее в письменное пространство. Для этого используется разный регистр шрифта, идеограммы (эмодзи) и отступы от норм орфографии и пунктуации языка.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Атабекова А. А. Лингвистический дизайн Web-страниц (сопоставительный анализ языкового оформления англо- и русскоязычных Web-страниц) : монография / А. А. Атабекова. — М.: Изд-во РУДН, 2003. — 202 с.
2. Васильева В. В. Устная речь : практикум / В. В. Васильева, В. И. Коньков. — СПб. : С.-Петерб. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. И мас. коммуникаций», 2015. — 100 с.
3. Карасик В. И. Интернет-жанры / В. И. Карасик // Жанры речи. — 2019. — No 14(219) — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Нравится>, свободный. — Заглавие с экрана. — Яз. рус. (дата обращения: 12.09.2021).
4. Эмодзи. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Эмодзи>, свободный. — Заглавие с экрана. — Яз. рус. (дата обращения: 12.09.2021).
5. Эмодзи. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Эмодзи>, свободный. — Заглавие с экрана. — Яз. рус. (дата обращения: 12.09.2021).
6. Herring S. C. A Faceted Classification Scheme for Computer-Mediated Discourse / S. C. Herring // Language@Internet. — 2007. — Vol. 4. — P. 1–37. — Available at URL: <http://www.languageatinternet.de/articles/2007/761> (accessed: 12.09.2021).



7. Paltridge Brian. Discourse analysis: an introduction / Brian Paltridge // Continuum; 2nd edition. – 2012. – 296 p.

## НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

Варламова Е.В.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** В современном мире стало очень популярно общение в сети Интернет. Киберпространство Интернета существенно расширяет границы человеческой свободы. Но одновременно возникают риски и проблемы при коммуникации в виртуальном пространстве. В статье дается характеристика Интернета как способа коммуникации. Рассматриваются некоторые специфические особенности и проблемы, возникающие при виртуальном общении.

**Ключевые слова:** интернет-коммуникация, "виртуальная личность", возможности и проблемы интернет-коммуникации

**Abstract.** In the modern world communication on the Internet has become very popular. The cyberspace of the Internet significantly expands the boundaries of human freedom. But at the same time, there are risks and problems in communication in the virtual space. The article describes the characteristics of the Internet as a method of communication. Some specific features and problems that arise during virtual communication are considered.

**Keywords:** Internet communication, "virtual personality", opportunities and problems of Internet communication

Современные исследования интернет-коммуникации, которые начались в конце XX в. продолжают активно развиваться в области философии, социологии, психологии, лингвистики и других смежных наук. Социологи изучают интернет с началом его появления как особую, специфическую реальность. Несомненно, Интернет является средством глобальной коммуникации, новой социальной средой, которая расширяет наше понимание взаимодействий человека в информационном обществе. С другой стороны, выбор информации и коммуникаций, предоставляемый Интернетом пользователю, способствует индивидуализации социальной среды.

Согласно данным вице-президента РАСО и начальника Управления по связям с общественностью в X5 Retail Group Олега Полетаева, аудитория традиционных каналов коммуникации за последние годы сильно изменилась: "46 % россиян моложе 45 лет никогда не «смотрят» телевизор, более 38 % россиян до 45 лет не читают никаких газет, более 50 % россиян начинают слушать радио только после 45 лет.

В то же время все больше людей 45+ начинают активно пользоваться интернетом: 53 % граждан старше 45 лет регулярно ищут информацию в интернете, 41 % граждан старше 45 лет постоянно общаются в соцсетях, среди тех, кому 60+, 27 % уже в интернете, в том числе 22 % – в соцсетях" [Коммуникации сегодня www].

Поскольку Интернет наделен различными функциональными возможностями, то и коммуникация, происходящая в Интернете, отличается многообразием форм взаимодействия. Традиционно исследователи виртуальной коммуникации разделяют эти формы по степени их интерактивности (on-line и off-line – синхронная и асинхронная) и открытости (публичные и приватные), направленности коммуникации (моно-, диа- и полилогичные), направленности общения (общение ради общения или на определенный предмет, тему) и т.д. [Якоба 2011: 287]. Так, например, исследователь Дж. Сулер определяет, что при синхронной коммуникации взаимодействие происходит в режиме реального времени, в то время как асинхронная коммуникация предполагает возможность задержки ответа. К синхронной коммуникации относятся чаты (Internet RelayChat – IRC), ролевые игры MUDs ("multi-userdimension"), к асинхронной форме относятся веб-форумы (Web-basedforums), дискуссионные списки (discussionlists), гостевые книги (questbooks), электронная почта, списки-рассылки (mailinglists), телеконференции (newsgroups). Если речь идет о форумах и блогах, необходимо отметить, что они в большинстве ориентированы на отсроченную по времени коммуникацию[Suler www].

Но какие бы формы не принимала интернет-коммуникация, она имеет свою специфику. Так исследователь Якоба И.А. в своей научной работе на тему «Особенности интернет-коммуникации (социологический, лингвистический, гендерный аспекты)» выделяет следующие характерные особенности Интернет-коммуникации:1)ограничение сенсорного опыта, 2) неопределенность идентичности пользователя, 3) анонимность пользователя, 4) уравнивание пользователей в статусе, 5) растяженность пространственных границ, 6) растяженность временных границ, 7) социальное разнообразие.

Необходимо отметить, что Интернет-коммуникация имеет не только ряд положительных аспектов, таких как: возможность обмениваться информацией с людьми, поиск единомышленников, поиск интересной работы, стать финансово независимым, но такое общение может способствовать возникновению следующих проблем.

**1. Портрет реального коммуниканта.** "Виртуальной личности" присуще собственное формирование своего образа и параметров коммуникации, использование любых форматов общения. Зачастую реальный коммуникант и его "виртуальная личность" могут не совпадать или быть противоположными. Также коммуникант может иметь несколько "виртуальных личностей" и скрываться за несколькими аватарами (так в Интернете называется фото или любое изображение

зарегистрированного пользователя). Все эти факторы затрудняют определить настоящие характеристики реального коммуниканта.

Во время виртуального общения пользователь в большинстве случаев не знает, с кем общается, тем самым затрудняется построение адекватных взаимоотношений. В жизни каждый из нас играет определенную роль, имеет определенный статус. При выходе в «виртуальный мир» пользователь может изменить поведение, поступки, он свободен в реализации своих желаний. В виртуальной коммуникации внешний вид, возраст, пол, сексуальная ориентация, социальный статус не имеют значения, можно написать о себе любую информацию. Анонимность позволяет пользователю осваивать разные социальные роли, снижает уровень личной ответственности.

**2. Буллинг в сети Интернет.** Анонимность в сети Интернет порождает такие явления как онлайн-буллинг. Согласно исследованиям Microsoft, Россия занимает пятое место по уровню Интернет-травли среди двадцати пяти опрошенных стран. Исследование показывает, что 49% опрошенных детей и подростков в России от 8 до 17 лет были жертвами травли в Интернете (в других опрашиваемых 25 странах по стране в среднем 37%), 33% признаются, что сами выступали в роли задиры в Интернете [Online Bullying Among Youth 8–17 Years Old – Russia [www](http://www.microsoft.com/russia/press/2013/03/03/onlinebullying)].

Буллинг во время интернет-коммуникации остается безнаказанным, отсутствует возможность применения социальных санкций, поскольку границы дозволенного на площадках сети Интернет размыты: не существует единых правил и санкций, регулирующих поведение пользователей сети Интернет [Бочавер 2013].

**3. Зависимость от виртуального общения.** Следующая проблема, которая может возникнуть при использовании интернет-коммуникации - проблема зависимости от виртуального общения. В физическом мире при построении дружественных отношений или отношений в паре требуется в большей степени моральных усилий и ответственности, чем при виртуальном общении. Если у человека достаточно друзей, он успешен, у него отсутствуют сложности в общении, в меньшей степени вероятности он будет искать виртуальных собеседников и отношений. Если ситуация зеркальная, то желание общаться в виртуальном пространстве постепенно начнет перерастать в некую зависимость, уходя от реальных проблем и скрывая различные недостатки. Данный вид "интернет-зависимости" также исследуется психологами, социологами и представителями других социальных наук.

Многие исследователи интернет-коммуникации отмечают лингвистические особенности Интернет-коммуникации. Например, Якоба И.А. констатирует некую «карнавализацию» отношений и стиля общения. Признаками "карнавализации" являются: игровой характер общения, ироничность, непринужденность в использовании речевых средств, использование обценной лексики [Якоба [www](http://www.ia-jacob.com)].

В заключение необходимо отметить, что тенденция осваивания различных форм взаимодействия в виртуальном пространстве открывает как новые способы коммуникации, так и новые особенности и проблемы Интернет-коммуникации.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Бочавер А. А. Буллинг как объект исследований и культурный феномен / А. А. Бочавер, К. Д. Хломов // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2013. – Т. 10, № 3. – С. 149–159.
2. Коммуникации сегодня: что надо знать и как с этим работать. – Режим доступа: <https://prexplora.ru/media/communications-today>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 27.08.21).
3. Якоба И. А. Влияние виртуальных социальных сетей на молодежь / И. А. Якоба // Вестник ИрГТУ. – 2011. – № 3 (50) – С. 287–292.
4. Якоба И. А. Особенности интернет-коммуникации (социологический, лингвистический, гендерный аспекты). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-internet-kommunikatsii-sotsiologicheskii-lingvisticheskiy-gendernyy-aspekty>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 20.08.21).
5. OnlineBullying Among Youth 8–17 Years Old – Russia. – Available at: [www.microsoft.com/en-us/download/details.aspx?id=30148](http://www.microsoft.com/en-us/download/details.aspx?id=30148) (дата обращения: 21.08.21).
6. Suler J. The basic psychological features of cyberspace. – Available at: <http://www.rider.edu/~suler/psycyber/basicfeat.html> (дата обращения: 27.08.21).

**THE PROBLEM OF TRANSLATING THE WORD 僵尸 (ZOMBIE)  
FROM CHINESE TO EUROPEAN LANGUAGES**

**Sarakaeva E.A., Sarakaeva A.A.  
Haikou, China**

**Abstract.** *The article explores how the concept of zombie appeared and transformed in Chinese history and culture and what semantic and cultural problems the word “jiansghi” that denotes this concept presents for translators. The authors trace the origin of the concept and analyze the translation means that various translators of Western and Chinese origin employ when rendering this semantically heavy loaded word into some European (English, German and Russian) languages.*

**Keywords:** *China, Chinese culture, zombie, “jiansghi”, translation, translators, Yuan Mei, Wu Chengen, translation means, concept*

In the early imperial period of Chinese history, the philosophy, ideology and religion of ancient China were finalised and syncretised. The Han Empire (206 BC - 220 AD), which left the greatest number of written sources of various genres, inherited from pre-imperial periods the belief in multiple human souls and their various paths after death. However, the specific nature of these souls was often indistinguishable, and texts did not always indicate what their functions were. Thus, the medical treatise “Ten questions”, describing a breathing practice to achieve longevity, promises that the practitioner “will maintain both souls: *hun* and *po*, and the man will be healthy” [Brashier 1996: 140]. It is clear from this paragraph that human souls called *hun* and *po* are seen as different entities, and yet one can lose them both together or lose just one of them and still not die, but only become ill.

In other sources these two characters – *hun* 魂 and *po* 魄 are not opposed to each other, they are used together in a meaning close to the modern notion of “soul”. For example, there are reports that Han emperors travelled to the graves of their predecessors in order to report to the *hunpo* (souls) of the former sovereigns [Brashier 1996: 136]. There are also texts stating that the human soul is divided into a noticeably larger number of parts, and in addition to *hun* and *po* includes 气 “primordial energy *qi*” or 神 “pure energy *shen*”. “The soul *po* is the outer shell, the soul *hun* is the source of living *qi* energy. The spirit *shen* rules the quintessence of living *qi*,

the soul *po* rules the dead *qi*," states the historical treatise "The Glory of Yue [辑&俞 Ji & Yu 2001: 253]. In this example we can see that although the association of *hun* with the power of light *yang* and *po* with power of darkness *yin* is preserved, their dualism is broken by the emergence of additional religious-philosophical constructions.

The same violation of dualism can also be found in the confusion of the posthumous fate of these souls: in the Han poetry, epigraphy, magic practices the graves are repeatedly referred to as the abode not only of *po*, but also of *hun* of the buried people. For example, in 172 AD the governor of Nanyang forbade to excavate a certain grave for fear that "the bones will be exposed, and the *hun* will be weakened". A Late Han poet explicitly states that the *hunpo* dwell in graves forever.

There is both written and archaeological evidence that people tried to preserve the *hunpo* of the deceased in their coffins, or made a posthumous mask to summon the *hunpo* to inhabit it and then place this mask in the coffin with the corpse [Brashier 1996: 136–137]. This concern to preserve the soul of the deceased in his burial place was usually interpreted in a Confucian way - as a demonstration of filial reverence, as the desire of descendants to preserve intact all that was left of their ancestor. However, there is another explanation for this phenomenon: the descendants were simply afraid of the deceased ancestor and wanted them to remain in their grave [Puett 2019: 442]. After the most rational and lucid part of the soul, be it the *hun* or the medium of pure energy *shen*, left the body, all that remained could be reborn as an evil spirit-*gui* 鬼 and cause considerable damage to mortals.

The existence of the *gui*, however, despite the superhuman power inherent in the evil spirits, was seen by the ancient Chinese as hard and unhappy. It was not without reason that "evil spirit" was synonymous with "hungry spirit". After all, the *gui*, the "outer dead", did not receive the usual sacrifices that was due to each deceased person from members of their family. To condemn wrongdoers to such posthumous suffering, the Han law forbade to mourn over executed criminals and convicts, while reburial in the family cemetery, mourning ceremonies, sacrifices and posthumous glorification were part of the rehabilitation process, be the executed person later found innocent [Guo 2018: 246].

So, in ancient times – during the first millennium B.C. and the beginning of the new era – the Chinese people formed a canon of ideas about the afterlife and evil deceased. It surely could not remain unchanged during such a long historical period, but its main features show considerable stability. According to this canon, after human death one or several souls gradually transform into an ancestor friendly to their clan, while other souls acquire dangerous potential and desire to take vengeance on their enemies and even to harm the surviving members of their own family.

The native speakers of the Chinese languages feel that the semantic field of the concept *gui* 鬼 contains the seme "return" (*gui* 归), at least at the

connotation level. Both these words, "demon" and "return" have the same phonetic form, they are almost homophones. The earliest Chinese glossary, compiled in the 3rd century BC, links the two concepts directly: "ghost means something which returns"; the Encyclopaedia "Complete Collection of Literature" adds one more detail: "ghost means something to which people return" [Huang 2016: 151]. This definition illustrates the close connection between the living and the dead: the transformation and continuation of the living circle of life from people to the souls of the dead, from the material "ours" to the immaterial "Other" without total loss of corporeality and bodily vitality. The Chinese ghosts into which people are transformed after death continue to live in another form, in another realm, where the souls of the dead return.

The emphasis on corporeality, on the preservation of the physical essence, plays an essential, one could say decisive role in Chinese thanatology. The souls of the dead have, in this world picture, physical and material needs that express their intimate connection with worldly life. The souls need food, they need some afterlife material goods, they need energy and energetic substances to sustain existence. And if they do not receive this from the living, they have to take this energy of life by force.

The hungry dead can take different bodily forms, and for a long time, Chinese demonology did not distinguish between evil *gui* by the form of their bodily manifestation. Over time, however, gradations of *gui* began to emerge, and the evil dead began to be divided into:

1) demons proper - that is, souls of the dead capable of assuming any bodily form for a time;

2) shape shifters – usually foxes or, less frequently, other animals that can metamorphose into human form to suck out the vital essence of mortals;

3) zombies, walking corpses that most often are almost devoid of mind – they attack anyone they can reach in search of food. These latter are the direct subjects of our analysis.

The word for zombie in Chinese 僵尸(jiāngshī) has not been borrowed from the West and is not an artificial construct formed under the influence of European linguistic and cultural elements, like, for example, the word "vampire" (吸血鬼, literally "blood-sucking demon"). This word goes back to hundreds of years and means "stiffened corpse" – but not just a *rigor mortis* corpse, but a walking dead.

Yuan Mei (1716-1798), a poet, scholar and prominent literary figure of the Qing dynasty, popularised the image of the walking dead. He did for Chinese zombies what Bram Stoker did for vampires in XIX century England, what the great writer Pu Songlin did for shape shifters and foxes: he introduced the folklore image of zombies into the Chinese late-imperial "high culture". His exciting, sometimes poignant, witty, charming tales made zombies popular not only among the commoners, but also in literary circles.

In Yuan Mei's stories, the word 僵尸 *jiangshi* is most commonly used in describing the living dead and can be understood as "zombie". Such are the stories "Flying Corpse" 飞僵 [Yuan 2021: 83], "A corpse gets into trouble because of greed" 僵尸贪财受累 [Yuan 2021: 89], "A walking corpse" 僵尸 [袁Yuan 2021: 232-33], "A corpse asks for food" 僵尸求食, [Yuan 2021:88] and many others, although more often the writer says simply "corpse" (尸 *shī*). Sometimes he refers to the walking dead with the generic term *gui* "demon, unclean force", or even constructs a neologism 尸怪 *yāoguài* "corpse monster" from the words 尸 *shī* "corpse" and 妖怪 *yāoguài* "monster, evil spirit" in his story "A corpse-monster from Shimai" 石门尸怪 [袁Yuan 2021: 194]. Nevertheless, after Yuan Mei, the term 僵尸 *jiangshi* becomes the literary norm of the Chinese language.

The translation of the lexeme *jiangshi* sometimes causes difficulty for translators who do not want to use the word "zombie" even with a complete coincidence of meanings, since the term itself is associated in the minds of Europeans with Haitian voodoo cults and with Hollywood filmography. This unwillingness to use the word "zombie" as an unwelcome barbarism, semantically too heavily loaded with alien connotations, can sometimes result in the appearance of lacunas artificially created by the translator. Thus, in Yuan Mei's story "The Love Affair of Two Corpses", a personage meets a *jiangshi* at the cemetery, but neither the translator into Russian, nor the translator into English could convey this meaning adequately. Seeing a strange creature among the graves, the hero of the story in the Russian language translation «понял, что перед ним дух мертвого» ("realized that he was facing a spirit of the dead" [Юань 2003: 219], while the English translator says the hero "decided this must be one of the rigor-mortis corpses" [Yuan 1995: 90]. That is, although the story clearly describes a walking body, the Russian text contains the word "spirit" which is antonymic to "body", while the English text inappropriately introduces the barbarism *rigor-mortis* in Latin. In the original, the hero realized that this evil creature belongs to the category of *jiangshi*, that is, a zombie, a walking corpse.

Even Chinese translators sometimes find it difficult to translate this word. For example, when translating and retelling into modern Chinese the great novel by Wu Cheng'en "Journey to the West", modern authors transform the zombie who attacked the main heroes into a ghost woman, whereas in the original it is *jiangshi*, a walking corpse, and the author of the novel uses masculine pronouns in relation to him: "行者道：他是个潜灵作怪的僵尸，在此迷人败本，被我打杀，他就现了本相"[吴Wu 2009: 221], which in our literal translation means: "The Traveller said: "He is a soul of the dead turned into a monstrous zombie (walking corpse), who allured people and corrupted morals, now that I killed him, he turned into his original form".

The translator of Western origin offers the following solution: "It was a demon corpse with magic powers that used to deceive people and destroy



them. Now that I've killed it, it's reverted to its original form". We see that the translator opted to simplify or "Westernize" the expression "迷人败本" (confuse people and corrupt morals) and translated *jiangshi* as "demon corpse", which is really not a bad choice of words [Wu 1995: 301]. Dr. Anthony Yu, a famous translator and scholar of Chinese origin, employs his usual bombastic style in the translation of this episode: "Pilgrim said: "She's a demonic and pernicious cadaver, out to seduce and harm people. When she was killed by me, she revealed her true form" [Wu 2012: 27]. Here the personal pronoun is changed to feminine, a rarely used adjective "pernicious" is added for no apparent reason and the *jiangshi* is translated as "cadaver".

The word-formation rules of the German language allow the German translator Eva L. Kong (whose surname implies Chinese origin) to deal with *jiangshi* elegantly: "Das war ein Leichengeist, der hier seinen Spuk getrieben hat. Er führt Menschen in die Irre, um ihr inneres Wesen zu vernichten. Jetzt seht Ihr seine wahre Gestalt, weil ich ihn erschlagen habe" [Wu 2016: 335]. The translator glues together the words "spirit" (der Geist) and "corpse" (die Leiche) to make up a compound word Corpse-Spirit, animated corpse. She even manages to render the original meaning of the expression "迷人败本" by turning it into a full sentence "He leads people astray to destroy their inner being". The concept of *jiangshi* is not that clear from the German "Leichengeist" but this variant is sufficient to understand the meaning.

The Russian translator follows the same strategy: "Это была душа, скрывшаяся в трупе, оборотень, который заманивал людей и причинял им зло, но сейчас он потерпел поражение. И вот, когда я убил его, он предстал в своем настоящем виде" [У 1994: 32]. Here the translator also evokes the concepts of spirit and corpse to render the idea of a walking dead. Yet the Russian word "душа" (soul) is itself a very semantically loaded concept and it is not equal to "spirit". This translation implies that the evil creature described in the novel actually had a soul.

The rapid development of Hong-Kong cinematography in the second half of the XX century brought new challenges to translators. A world-wide success of the movie "僵尸先生" (Mr. Zombie) gave rise to a wave of numerous zombie movies, they even singled out into a new brunch of horror films called "僵尸片" – zombie movies. These new films had to be translated into English, especially for bilingual Hong-Kong audience. But how to translate the term? Zombies depicted in such moves were clad in official gowns of Qin bureaucracy with obligatory hats and long plaits, they were shown as mindless half-rotten corpses driven by spells of some evil Taoist magician and they moved with both feet tightly bound – not walked in usual human straits but hopped forward. The word "zombie" was applied to them because well...in fact they are zombies, and this term is semantically the closest. The need to avoid Haiti associations led to calling Hong-Kong cinema

zombies “vampires”, for they craved for human blood like vampires of the Old World. But bloodthirstiness was the only thing that these stiffened corpses shared with elegant aristocratic vampires like Bram Stoker’s *Dracula*, Anna Rice’s *Lestat* and other literary demons of modern Europe, so the term “vampire” didn’t work for them either. In attempt to clarify the concept western sinologists coined a term “Chinese hopping vampires” [Hudson 2009: 203] – the term that gives more information but sounds undoubtedly clumsy.

So, what to do with Chinese *jiangshi*? How to translate the term? The authors of the article don’t suggest any single all-purpose translation, but rather advocate situational translation dictated by the context. Be it “evil corpse”, “walking dead”, “corpse-monster” or even “Chinese hopping vampire” – it is the context that would prompt the proper translation and it is the translator’s inner sense of style that would suggest the best choice for the mysterious and elusive *jiangshi*.

## REFERENCES

1. У Чэн-энь. Путешествие на Запад / У Чэн-энь. – М.: Полярис, 1994. – Том 2.
2. Юань Мэй. Новые записи Цзи Се или О чем не говорил Конфуций / Юань Мэй. – СПб. : «Северо-Запад Пресс», 2003.
3. Brashier K. E. *Han Thanatology and the Division of Souls* / K. E. Brashier. *Early China*. – Cambridge University Press, 1996. – Vol. 21. - P. 125-158.
4. Guo J. *The Spirit World*. / J. Guo // Goldin P. R. (Ed.). *Routledge Handbook of Early Chinese History*. – NY: Routledge, 2018. – P. 229-261.
5. Huang M. *From Cultural Ghosts to Literary Ghosts – Humanisation of Chinese Ghosts in Chinese Zhiguai* / M. Huang. // *Ghosts - or the (Nearly) Invisible. Spectral Phenomena in Literature and the Media*. – Germany: Peter Lang AG., 2016.
6. Hudson D. *Modernity as Crisis: Goeng Si and Vampires in Hong Kong Cinema*. / D. Hudson. // *Draculas, vampires and Other Undead Forms*. – The Scarecrow Press, 2009. – P. 203-234.
7. Puett M. *Life, Domesticated and Undomesticated. Ghosts, Sacrifices, and the Efficacy of Ritual Practice in Early China* / M. Puett // *HAU: Journal of Ethnographic Theory*. – Harvard University Press, 2019. – Vol. 9(2). – P. 439-460.
8. Wu Cheng-en. *The Journey to the West* / Wu Cheng-en. – Beijing: Silk Pagoda, 1995.
9. Wu Cheng'en. *The Journey to the West* / Wu Cheng'en. – London: The University of Chicago Press, 2012.
10. Wu Cheng'en. *Die Reise in den Westen* / Wu Cheng'en. – Reclam Verlag, 2016.
11. Yuan M. *Censored by Confucius* / M. Yuan. – NY, London: East Gate book, 1995.

12. 辑昶&俞纪东。《越绝书全译》。/ 辑昶&俞纪东。贵阳：贵州人民出版社，2011。 (Ji Chang & Yu Jidong. The Glory of Yue. / Ji Chang & Yu Jidong. – Guiyang: The People's Publishing House of Guizhou, 2011).

13. 吴承恩。西游记。/ 吴承恩。 – 人民文学出版社，2009。 (Wu Chengen. The Journey to the West / Wu Chengen. – People's Literature Publishing House, 2009).

14. 袁枚。子不语。/ 袁枚。 – 江苏：江苏凤凰文艺出版社，2021。 (Yuan Mei Censored by Confucius / Yuan Mei. – Jiangsu : Jiangsu Phoenix Literature and Art Publishing House, 2021).

## INTERCULTURAL COMMUNICATION, PROBLEMS OF TRANSLATION AND TRANSLATION STUDIES

Kahdistani A.J.  
Kabul, Afghanistan

**Abstract.** *The goal of this article is to focus on the primary function and problems of translation in cross-cultural communication, as well as some of the difficulties that translators face during the process. Translation is essential for intercultural communication and understanding. As a result, translation is one of the most important, fundamental, and effective modes of cultural transmission. An experienced translator should know well the cultural elements, attitudes, and traditions of the target language. Finally, it is critical to elicit the same response that the original material pursued to elicit while avoiding the introduction of irrelevant new terms into people's lexicon. All of these factors must be taken into account during the translation process.*

**Keywords:** *intercultural communication, culture, translation, interlingual, acculturation*

Intercultural communication is the study of communication across cultures and social groups, as well as the influence of culture on communication. It refers to a wide range of communication processes and issues that naturally arise within an organization or social context composed of people from diverse religious, social, ethnic, and educational backgrounds. It seeks to understand how people from various countries and cultures act, communicate, and perceive their surroundings in this sense. The ability to communicate with people from different parts of the world is referred to as intercultural communication. By understanding how certain norms are prevalent in adapting to new cultures, people can gain a better understanding of how certain norms are adapted to new cultures.

Intercultural communication uses theories within groups of people to achieve a sense of cultural diversity, in the hopes of people being able to learn new things from different cultures. The theories used give people an

enhanced perspective on when it is appropriate to act in situations, to respect people within these cultures, and it also enhances their perspective on achieving cultural diversity through the ideas of intercultural communication. Many people in intercultural business communication argue that culture determines how messages are encoded, what medium is used to transmit them, and how messages are interpreted. In terms of intercultural communication, it investigates situations in which people from various cultural backgrounds interact. Aside from language, intercultural communication is concerned with social characteristics, thought patterns, and the cultures of various groups of people. It also entails learning about the various cultures, languages, and customs of people from other countries.

Cultural nimbleness, a term currently used to design a complex set of competencies required to allow an individual or an organization to perform successfully in cross-cultural situations, is the subject of learning the tools to facilitate cross-cultural interaction. Intercultural communication is important in the social sciences, including anthropology, cultural studies, and linguistics, psychology, and communication studies. Intercultural communication is also known as the foundation of international business. Several cross-cultural service providers can help people develop their intercultural communication skills. Research is an important part of developing intercultural communication skills. In some ways, intercultural communication is defined as “interaction with speakers of other languages on equal terms while respecting their identities” [Hervey, Higgins 2002].

Within the discipline of communication, identity and culture are also studied to examine how globalization influences ways of thinking, beliefs, values, and identity within and between cultural environments. Scholars of intercultural communication take a dynamic approach to theory and do not believe that culture can be measured or that cultures share universal characteristics. Scholars acknowledge that culture and communication shift in tandem with societal changes, and theories should take into account society's constant shifting and nuances. Intercultural understanding, or the ability to understand and value cultural differences, is required for the study of intercultural communication. Language is one example of a critical cultural component linked to intercultural understanding.

As a result, intercultural communication is essential for all individuals. Translation plays a critical role in intercultural communication. It is required for both international trade and social connections. The goal of translation is to convey ideas and events across time and place in order to understand, accomplish, or prove something. The globe is becoming increasingly interconnected, and translation plays a great role in breaking down linguistic boundaries. Translators, from a professional standpoint, serve as intercultural communication specialists, mediators, and a link between people, cultures, and ideas [Baker 2000].

Translation as a form of intervention facilitates not just interlingual communication but also intercultural dialogue. The cultural element

in translation is apparent. In the translation process, not only two languages but also two cultures with both similar and unique characteristics interact. It is critical to reveal this uniqueness while researching international communication and translation.

Translation as a process involves not just two languages, but also a cultural transfer. Translation entails a process of cultural de-coding, re-coding, and en-coding as it involves the transposition of thoughts expressed in one language by one social group into the appropriate expression of another group. Multicultural issues are increasingly being brought to bear as civilizations come into increased touch with one another. Translators are confronted with an alien civilization that demands that its message be communicated in any way other than an alien method [Bharati 2014].

The concept of culture is critical when contemplating the consequences of translation. Culture refers to a group of people's highly specialized way of life, which includes their values, beliefs, artifacts, methods of behaving, and means of communicating. Culture also includes all that the members of a social group have created and developed, such as their language, habits of thought, art, laws, and religion.

Cross-cultural / intercultural communication is an area of research that examines how individuals from various cultural backgrounds interact with one another in similar and distinct ways, as well as how they attempt to communicate across cultures. The distinctions are referred to by such expressions as "working-class culture", "high culture", and "low culture". A country's culture evolves throughout time. A variety of variables influence adoption of the new culture. Immigrants from cultures comparable to the host culture will acculturate more quickly than older and less educated immigrants. Personality traits are also important. Individuals with higher acculturation potential, for example, are risk takers and open-minded people [Han 2008].

Individuals who are familiar with the host culture prior to immigration – whether via interpersonal interaction or media exposure – will be more easily acculturated.

There are at least three significant differences across cultures that are extremely essential for communicating. They are as follows: collectivism against individuality, high versus low context, and power distances [Hymes 2000].

Cultures also differ in terms of how much information is made explicit, on the one hand, and how much is believed to be implicit in the context or in the people talking, on the other [Bharati 2014]. A high-context culture is one in which most of the information in communication is in the context or in the person, such as information exchanged via prior interactions, assumptions about each other, and shared experiences. All participants are thus aware of the information, although it is not expressly mentioned in the vocal communication. A low-context culture is one in which the majority of information

is expressed clearly in the vocal communication, and in many cases it is written down (to make it even more explicit).

Before any crucial transactions take place, members of high-context cultures spend a significant amount of time getting to know each other interpersonally and socially. Because of this prior intimate knowledge, the members exchange a significant quantity of information that does not need to be clearly expressed. Members of high-context cultures spend far less time getting to know one another and so they lack that common knowledge. Consequently, everything must be explained directly [Hervey, Higgins 2002].

Understanding the role of culture in communication is a prerequisite for understanding intercultural communication as it occurs interpersonally, in small groups, in public speaking, or in the media, as well as recognizing the principles of effective intercultural communication. When discussing correspondence difficulties in translation, Nida emphasizes both language and cultural distinctions between the SL (source language) and the TL (target language).

Each culture has its own set of communication norms. These guidelines define what is appropriate and what is not. Respect is shown in certain cultures by avoiding direct eye contact with the person to whom one is speaking. In other cultures, the same eye avoidance would be seen as indifference [Venuti 2002].

Scholars of intercultural communication offer the following steps for a member of one culture to adapt to or become acculturated into another: denial (isolation, separation); defense (denigration, superiority, reversal); minimization (physical universalism, transcendent universalism); acceptance (respect for behavioral difference, respect for value difference); adaptation (empathy, pluralism); integration.

When translating a text from one culture to another, translators should pay close attention to variations in the kind and degree of conventionalization between the source and destination cultures. Translation is essential for making a culture universal and broad. It serves as a bridge to communicate various types of languages, particularly those that are related to one another in terms of linguistic traits and cultural practices in all regions of the world. As a result, it connects all units of the globe in the global network [Chesterman 2002].

In 1964, Nida examined the difficulties of correspondence in translation, giving equal weight to both linguistic and cultural differences between the SL and the TL, and concluding that cultural differences may generate more serious complications for the translator than linguistic differences [Wilson 2009]. It is also stated that cultural analogies frequently offer a shared understanding despite considerable formal changes in the translation. According to him, cultural consequences, as well as linguistic problems, are crucial for translation.

Hervey and Higgins [Hervey, Higgins 2002] believed in cultural translation rather than literal translation. Accepting literal translation, according to them, implies that there is no cultural translation activity.

Translation is riddled with ambiguity. Compromise in translation entails accepting that, while one would prefer to do complete justice to the 'richness' of the ST, one's final TL will invariably suffer from different translation losses [Kumar 2011]. These losses are frequently allowed unquestioningly. A translator of prose, for example, may happily sacrifice the phonic and prosodic properties of the ST in order to achieve certain desired literal meaning effects, whereas a translator of verse may equally happily sacrifice much of the ST's literal meaning in order to achieve certain desired metric and phonic effects. These are only the two instances of the numerous compromises that translators must make on a daily basis.

To summarize, translators / interpreters in intercultural communication must follow some principles in order to be more efficient: prepare themselves, recognize and face fears, recognize differences between themselves and those who are culturally different, recognize differences among those who are culturally different (avoiding stereotyping), recognize meaning differences.

The crucial problems in translation are as follows: problems with word choice, grammatical, linguocognitive, pragmatic and cultural problems.

According to Nordquist [Nordquist 2019], a translation problem may be caused by the translator's incompetence. Furthermore, translators are solely responsible for converting a text from the source language to the target language. To produce a good translation output, translators must be competent. As a result, translators must keep up with translation science advancements.

## REFERENCES

1. Baker M. Linguistic perspectives on translation / M. Baker // France, P. (ed.), *The Oxford Guide to Literature in English Translation*. Oxford: Oxford University Press, 2000. – P. 20–25.
2. Bharati S. Theory and Problems of Translations studies / S. Bharati // *IOSR Journal of Humanities and Social Science (IOSR-JHSS)*, 2014.
3. Chesterman R. A. *Beginner's Guide to Doing Research in Translation Studies* / R. A. Chesterman. – Manchester, United Kingdom : St. Jarome Publishing, 2002.
4. Han C. A. The Problem Of Translation In Cross-Cultural Research (Commentary On Chon And Han) / C. A. Han // *International Journal for Dialogical Science* Fall. – 2008. – Vol. 3, No. 1. – P. 241–248.
5. Hervey S. *Thinking Translation* / S. Hervey, I. Higgins. – London : Routledge, 2002.
6. Hymes D. *Language in Culture and Society: A Reader in Linguistics and Anthropology*: ed. by D. Hymes / D. Hymes. – New York: Harper & Row, 2000.

7. Kumar R. Research Methodology: A step by step Guide for Beginners / R. Kumar. – Los Angeles United States of America: SAGE Publications Ltd., 2011.

8. Nordquist R. Why grammar matters / R. Nordquist. – Estonia : Armstrong State University, 2019.

9. Venuti L. On the Different Methods of Translating / L. Venuti // The Translation Studies Reader: ed. by L. Venuti, 2002.

10. Wilson A. Translators on Translating: Inside the Invisible Art / A. Wilson. – Vancouver : CCSP Press, 2009.

## **ПРАГМАТИЧЕСКАЯ АДАПТАЦИЯ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ ПРИ ПЕРЕВОДЕ С КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ ЯЗЫК (НА МАТЕРИАЛЕ РЕКЛАМЫ ПРОДОВОЛСТВЕННЫХ ПРОДУКТОВ)**

**Варлашкина А.В., Акимова О.В.  
Астрахань, Россия**

**Аннотация.** В статье рассматриваются тексты китайской рекламы, а также возможность прагматической адаптации китайских рекламных текстов на русский язык с сохранением лингвостилистических особенностей. Выделяются характерные стилистические черты и приводятся возможные варианты перевода анализируемых текстов.

**Ключевые слова:** рекламный текст, трансформация, парадигматическая адаптация, средство выразительности, стилистический приём

**Abstract.** The article presents the Chinese advertising texts and the possibility of the pragmatic adaptation of the Chinese advertising texts to Russian with the lingostylistic features keeping. The stylistic characteristics and the optional versions of translation are given.

**Keywords:** advertising text, transformation, pragmatic adaptation, expressive mean, stylistic device

Современный человек, живущий в век потребления, ежедневно сталкивается с таким явлением, как реклама. Она повсюду: на экране телевизора во время просмотра любимого фильма, в нескончаемых уведомлениях телефона, на улице, стоит лишь поднять голову и заметить недавно вывешенный рекламный баннер. Наличие рекламы в нашей жизни – нечто обыденное, в большинстве случаев смотря очередной рекламный ролик или мельком читая рекламный постер, мы воспринимаем рекламу как очередную попытку производителей привлечь наше внимание и получить заветную прибыль. Однако, реклама выполняет ряд других менее очевидных и более значимых функций. Так, рекламный текст служит интересным объектом для лингвистического



анализа, поскольку в нем отражаются важнейшие тенденции развития общества, и соответственно, языка. Другими словами, изучение рекламного текста напрямую связано с изучением культурологических характеристик страны и лингвостилистических особенностей языка, которые обязательно должны быть учтены и верно переданы при переводе.

Цель данной статьи заключается в том, чтобы определить стилистическую принадлежность рекламного текста, проанализировать рекламные тексты на китайском языке, а также описать прагматические адаптации, используемые нами для достижения адекватного перевода.

Для того чтобы понять, к какому функциональному стилю относится рекламный текст, и выявить характерные лингвостилистические особенности рекламы, мы обратились к исследованиям ученых и проанализировали разные подходы к определению понятия «рекламный текст».

С.В. Ильясова и Л.П. Амири совместно занимаются изучением понятия «реклама» и уделяют большое внимание именно лингвистической стороне рекламы. В своей работе они приводят следующее определение понятия «рекламный текст»: текст, излагаемый в устной или письменной форме, заранее подготовленный, главной задачей которого является донесение до адресата определенной информации, с целью получения дальнейшей коммерческой выгоды [Ильясова, Амири 2018: 19]. Достаточно исчерпывающее определение, в котором, как нам кажется, переданы основные цели и задачи рекламного текста.

Христо Кафтанджиев определяет рекламный текст, как текст, который состоит из характеристики рекламируемого продукта и мотивирован получением личной выгоды [Кафтанджиев 2005: 39].

Также изучением рекламы занимается Е.В. Медведева и выдвигает следующее определение понятия «рекламного текста»: это некое рекламное сообщение, созданное для установления контакта между производителем и потребителем, проявляющегося, прежде всего, нематериально, в силу вербально-невербальной информации [Медведева 2002: 23].

Мы можем отметить, что все три определения понятия «рекламный текст», по сути, не противоречат друг другу и достаточно полно характеризуют задачи и структуру любого рекламного текста. На основе приведенных выше определений понятия мы можем сформировать свое суждение, которого будем придерживаться в данной статье. **Рекламный текст** – это любая форма неличного представления и продвижения товаров или услуг с целью оказания воздействия на реципиента и формирования в его сознании определенного образа, который послужит причиной для покупки того или иного продукта.

После того, как мы составили наиболее полное определение понятия «рекламный текст», нам нужно ответить на следующий, ключевой вопрос: к какому функциональному стилю относится рекламный текст?

Для этого нам снова нужно обратиться к трудам разных исследователей в области стилистических особенностей рекламы и сопоставить их точки зрения по этому вопросу.

Е.П. Буторина полагает, что рекламный текст относится к публицистическому стилю, обосновывая это тем, что реклама и публицистика преследуют одни и те же цели: побуждение аудитории к действию, а именно, в случае рекламного текста – к покупке товаров или получению услуг, в других разновидностях публицистического текста – к голосованию, переосмыслению той или иной общественной проблемы и т.д. [Буторина 2009: 156].

В.Г. Костомаров также относит рекламный текст к публицистическому функциональному стилю, так как в рекламных текстах действует характерный только для публицистики принцип «сопряжение экспрессии и стандарта», который заключается в использовании стандартных средств языка наряду с экспрессивными, такими как оценочные суждения, побудительные высказывания и эмоционально-окрашенная лексика [Костомаров 2005: 152].

Другие ученые определяют рекламу как гибридный жанр, который не относится ни к одному функциональному стилю, а является полиморфным текстом, характеризующимся контаминацией разных жанров [Лесневска 2008: 167].

Также достаточно популярна среди лингвистов точка зрения о том, что рекламный текст представляет собой отдельный функциональный стиль и не относится к ранее выделенным учеными функциональным стилям. Так, Е.С. Кара-Мурза приводит следующие аргументы в поддержку данной теории. Рекламные тексты не относятся к публицистическому функциональному стилю, так как в публицистике темой является определенное общественно-значимое событие, в рекламе – это товар или услуга, которые должны быть проданы. Публицистический текст создается для того, чтобы сообщить реципиентам важную информацию и воздействовать на их сознание, обе эти функции равноправны. Главной функцией рекламного текста является не сообщение новой и важной информации, а побуждение к действию [Кара-Мурза 1997: 66].

В данной работе мы будем придерживаться точки зрения Е.С. Кара-Мурзы, приведенной нами выше. Именно этот подход кажется нам наиболее верным и обоснованным.

Рекламный текст, как и любой текст, относящийся к определенному функциональному стилю, имеет свои характерные стилистические особенности. Ниже мы рассмотрим те из них, которые чаще всего встречаются в текстах китайской рекламы:

**Лексический повтор** (кит. 反复). Рекламодатели стремятся привлечь внимание клиентов за счет многократного повторения ключевых отдельных слов или фраз, фокусируя наше внимание именно на этом.

Приведем пример из рекламного текста на китайском языке — 我们应该吃好吃的东西，我们不会吃难吃的饭, в данном предложении два раза повторяется личное местоимение 我们, а также глагол 吃.

Следующее лексическое средство выразительности, которое часто встречается в рекламных текстах — **сравнение** (кит. 比喻). Это один из наиболее часто используемых тропов, в основе которого лежит описание А через сходства в чем-либо с Б. Приведем в пример слоган известной автомобильной компании Renault на китайском языке: «让汽车成为一个小家» — «Машина – ваш маленький домик». Машина уподобляется дому, чтобы подчеркнуть весь комфорт, который Вы получите, приобретя машину данной марки.

Если говорить о синтаксических особенностях китайского рекламного текста, мы должны обратить особое внимание на **симметричное построение** предложений и их частей (кит. 对偶) — особая структура, при которой в обеих частях предложения наблюдается одинаковое количество иероглифов, например, 初月出云, 长虹饮涧 — в каждой части предложения по 4 иероглифа. Употребление данной структуры предложения создает особую ритмичность текста [肖奚强, 2010: 55].

Использование **топико-предикативных предложений** — еще одна характерная черта рекламных текстов на китайском языке. Основа предложения — предикативное отношение между предикцируемым (топик — 话题 или 主位; то, о чем говорится) и предикцирующим (то, что сообщается о топике) компонентом (комментарий — 述位 или 说明). Топик – это лицо, предмет, событие, о котором что-либо утверждается или отрицается, комментарий — это всегда что-то новое, это основная мысль ради которой формулируется предложение. Например, 这件事儿我知道, где 这件事儿 – топик, а 我知道 – комментарий [Макк 2020: 169].

**Рифма** — является основной фонетической особенностью рекламных текстов на китайском языке. созвучие в окончании двух или нескольких слов [Ожегов 1993: 465]. В рекламе рифма используется достаточно часто, а рифмуемые слова включают в себя значимые рекламные единицы: имя компании, показатели товарной категории, характеристики рекламируемого продукта. Например, 健康茶饮, 舞动新春, в данном рекламном тексте происходит созвучие финалей –in и –up.

После того, как нами были рассмотрены основные стилистические особенности, характерные для текстов китайской рекламы, нам следует перейти к определению понятия прагматической адаптации — это всевозможные изменения, вносимые в текст перевода с целью добиться необходимой реакции со стороны конкретного рецептора перевода [Комиссаров 1999: 140].

В общей сложности нами были проанализированы 25 рекламных слоганов на китайском языке, выделены характерные стилистические

черты каждого из них и предоставлены несколько вариантов перевода. Далее представлены наиболее интересные из них:

开心果, 一嗑就开心, 一吃更开心 (Реклама фисташек «开心果»). В данном рекламном тексте присутствует лексический повтор глагола 开心. Структура данного предложения вновь представляет собой топик-комментарий. Главной лингвостилистической особенностью данного рекламного слогана выступает каламбур, существительное 开心果 (фисташки) одинаково по звучанию и написанию с прилагательным 开心 (веселый), автор использовал приём каламбура для того, чтобы подчеркнуть пользу употребления фисташек для здоровья и настроения людей. Чем больше фисташек вы едите, тем счастливее становитесь. Мы перевели данный рекламный слоган, добавив конструкцию сравнительного оборота, при этом осуществили генерализацию глагола 嗑 — грызть, а также опустили еще один глагол с таким же значением 吃 для того, чтобы избежать тавтологии при переводе. Каламбур, присутствующий в тексте оригинала сохранить не удалось.

康师傅方便面, 好吃看得见 (Реклама лапши быстрого приготовления «康师傅»). Главной особенностью данного рекламного текста является структура предложения, которая вновь представляет собой топик-комментарий. В этом рекламном тексте также присутствует фонетическая особенность — рифма, заключающаяся в похожем звучании нескольких иероглифов — 面 (mian) и 见(jian), 师(shi) и 吃(chi). Лапша быстрого приготовления «Мастер Кан» — несомненно восхитительна! При переводе названия бренда использовали методы транскрибирования и дословного перевода. Во второй части предложения мы прибегли к модуляции, чтобы избавиться от громоздкого предложения, получившегося в результате дословного перевода — «вы можете заметить, какая она вкусная». При переводе прилагательного 好吃 мы воспользовались приёмом модуляции, употребив эмоционально-окрашенное прилагательное — «восхитительна» для того, чтобы усилить общее значение передаваемой реципиенту информации. Фонетическое явление рифмы, присутствующее в тексте оригинала передать в переводе не удалось. Однако, для того чтобы не терять важное явление рифмы можно перевести данный рекламный слоган следующим образом: Мастер Кан лапша — несомненно хороша! Нам удалось сохранить стилистическую особенность, однако при этом нам пришлось отказаться от передачи типа продукта, а также максимально сократить значение, передаваемое автором во второй части рекламного текста.

天营养的开始, 就是可果美番茄汁 (Реклама томатного сока «可果美»). Главной особенностью этого рекламного ролика снова является структура предложения — топик-комментарий, в данном рекламном тексте также присутствует рифма — 始(shi) и 汁(zhi). Начни свой день с питательного томатного сока «Кэгомэй».

Мы произвели грамматическую замену на уровне частей речи для усиления значения: в тексте оригинала 开始 — существительное, в переводе — глагол повелительного наклонения. Мы также перенесли прилагательное 营养的 (питательный) и поставили его рядом с главным определяемым существительным 茄汁 (томатный сок) для сохранения логики повествования. Фонетическое явление рифмы сохранить в переводе не удалось.

华龙面, 天天见 (Реклама лапши быстрого приготовления «华龙»). В данном рекламном слогане мы выделили следующие лингвостилистические особенности: симметричное построение текста, придающее ритмичность данному тексту, а также фонетическую особенность — рифму, которая заключается в схожем звучании иероглифов 面 и 见. Стоит также отметить, что в данном предложении реализуется структура топик-комментарий. Структура данного предложения — топик-комментарий. Лапша Хуалун — отличное решение на каждый день! При переводе название бренда передали на русский язык способом транскрибирования и калькирования, а во второй части предложения мы применили приём модуляции: употребление автором глагола 见 (видеться, встречаться) подразумевает, что лапша данного бренда подойдет для ежедневного употребления. Однако, при этом переводе нам не удалось передать явление рифмы, поэтому мы также предлагаем следующий вариант перевода данного рекламного слогана: Хуалун лапша — для каждого дня хороша! При этом мы сохраняем важное для выразительности текста явление рифмы.

苹果吃的多, 药就吃的少 (Реклама яблочного пюре «泥泥»). Данный рекламный слоган обладает симметричной структурой и строится на основе стилистического приёма — антитезы, яблоки противопоставляются лекарственным препаратам для того, чтобы подчеркнуть пользу рекламируемого пюре для здоровья человека. Мы также можем отметить лексический повтор глагола 吃 в данном рекламном тексте. Чем больше яблок съешь, тем меньше будешь болеть. При переводе первой части предложения мы использовали метод синтаксического уподобления, а во второй части воспользовались приёмом модуляции: мы принимаем лекарство (吃药), чтобы не болеть. В данном варианте перевода фонетическое явление рифмы не сохранилось. Кушай яблоки всегда — болеть не будешь никогда! Яблочко в день, прощай бюллетень! (Имеется в виду больничный лист). В обоих вариантах перевода сохраняется рифма, следовательно, культурная адаптация данного рекламного слогана считается выполненной.

Особую трудность мы испытали при переводе тех рекламных слоганов, в которых лингвостилистическими особенностями являются рифма и каламбур, нам не удалось адекватно адаптировать данные характерные особенности для русского языка. С другой стороны,

в ряде других рекламных слоганов, содержащих фонетическое явление рифмы, мы сумели передать рифму на русский язык, однако, при этом мы были вынуждены отойти от первоначального значения рекламного слогана, чтобы перевод соответствовал языковым нормам русского языка, культурным реалиям России, и при этом содержал в себе рифму.

Итак, прагматическая адаптация китайских рекламных текстов на русский язык с сохранением лингвостилистических особенностей возможна, но переводчик всегда находится перед выбором: попытаться передать ключевые лингвостилистические особенности и отойти от первоначального смысла рекламного текста или же воспользоваться переводческими трансформациями и предоставить адекватный перевод, однако при этом утратить важные стилистические приёмы, заложенные автором оригинала.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Буторина Е. П. Русский язык и культура речи : учебное пособие / Е. П. Буторина, С. М. Евграфова. — М. : ФОРУМ, 2009. — 259 с.
2. Ильясова С. В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы : учебное пособие / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. — М. : ФЛИНТА, 2018. — 296 с.
3. Кара-Мурза Е. С. Культура русской речи в рекламной деятельности : сборник статей / Е. С. Кара-Мурза. — М. : Изд-во Московского университета, 1996. — С. 63–74.
4. Кафтанджиев Х. Гармония в рекламной коммуникации : учебное пособие / Х. Кафтанджиев. — М. : ЭСКИМО, 2005. — 366 с.
5. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение : курс лекций / В. Н. Комиссаров. — М. : ЭТС, 1999. — 192 с.
6. Костомаров В. Г. Наш язык в действии. Очерки современной русской стилистики : монография / В. Г. Костомаров. — М. : Гардарики, 2005. — 289 с.
7. Лесневска В. М. Политическая реклама в стилистическом и дискурсивном аспектах : сборник научных статей / В. М. Лесневска. — Пермь: Пермский государственный университет, 2008. — С. 165–169.
8. Макк Е. Китайский язык: точки опоры : учебное пособие / Е. Макк. — М. : Шанс, 2020. — 240 с.
9. Медведева Е. В. Рекламная коммуникация : учебно-методическая литература / Е. В. Медведева. — М.: Едиториал УРСС, 2003. — 280 с.
10. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений : словарь / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. — 4-е изд. — М.: Высшая школа, 1993. — 944 с.
11. 肖奚强. 多文体精泛结合高级汉语教程, 上册. : учебное пособие. /肖奚强. — 北京: 北京语言大学出版社, 2010. — 182 с.

## ОСОБЕННОСТИ АДАПТАЦИИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ МУЛЬТИПЛИКАЦИОННЫХ ФИЛЬМОВ

Горкун Ю.Г.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** В статье рассматриваются особенности культурной адаптации при переводе мультфильма «9». Дается сравнительный анализ русской и английской версий мультфильма, анализируются особенности перевода и выявляются основные темы, затрагиваемые в них.

**Ключевые слова:** локализация, культурная адаптация, культурные традиции, ценности

**Abstract.** The article deals with the features of cultural adaptation and how it influenced the translation of the cartoon «9». The analysis of the Russian and English versions of the cartoon is given; the features of the translation are analyzed; the main topics covered in two versions are identified.

**Keywords:** localization, cultural adaptation, cultural traditions, values

Сегодня объем переводов детской литературы и видеопродукции, ориентированной на детскую аудиторию значительно вырос в условиях развития межкультурной коммуникации, а также повышенного интереса исследователей к особенностям детской психологии и восприятия детьми окружающего мира. Перевод, являясь полной заменой оригинала, должен верно интерпретировать культурные особенности ИЯ [Рящина 2014: 6], а также быть доступным и понятным реципиенту, что является прямой задачей адаптации.

Мультфильм «9» или, если обратиться к русской локализации, «Девятый» является своеобразным экспериментом. По сюжету мультфильма, человек создал искусственный разум, который впоследствии восстал против своего создателя. В страшной войне человечество было уничтожено. Однако перед гибелью профессор, создавший искусственный интеллект, сшил девять тряпичных кукол, вложив в них частичку своей души при помощи древнего артефакта. В мире, где не осталось ничего живого, куклы борются с роботами-монстрами и пытаются найти свое предназначение [Мультфильм «Девять»: история, интерпретации и загадки [www](http://www)].

Мультфильм вышел в 2006 году в США и был переведен на русский язык в 2009 году Дмитрием Глуховским, автором известного русского романа «Метро 2033». В одном из интервью Тимур Бекмамбетов, продюсер мультфильма, и Дмитрий Глуховский говорят о русской локализации так: «...у каждой культуры есть свои ценности, привычки. В России необходимо было найти способ, как его адаптировать. Поэтому уже под нарисованные картинки нужно было написать

совершенно отличную историю, которая достаточно серьезно расходится с оригиналом. И сделать это можно было, только изменив то, что говорят герои друг другу, причем вложив это уже в отрисованные движения губ, и добавив закадровый текст». «Главное, конечно, расхождение между культурой русской, российской, православной, американской, англо-саксонской и протестантской, наверное, это, собственно, представление души. Понятие души – ключевое для этого мультфильма. И мне показалось, что американцы обошлись с душой немного сухо. И для того чтобы приблизить это к нашему пониманию, к нашему видению, были добавлены такие темы как: искупление, второй шанс, право на прощение, перерождение – то, что в оригинальной версии не звучало вовсе или звучало невнятно» [Интервью с Тимуром Бекмамбетовым [www](http://www)].

Как уже было отмечено, мультфильм «9», а точнее его русская локализация, является экспериментом, который заключается в создании абсолютно новой истории поверх уже существующей. С позволения Тимура Бекмамбетова и Шейна Экера, автора короткометражного мультфильма, на основе которого и создан «9», Дмитрию Глуховскому была дана полная свобода в работе над кинокартиной, результатом которой стал совершенно новый мультфильм. И, несмотря на то, что визуальная сторона картины остается неизменной, все взаимоотношения между персонажами, внутренние и внешние конфликты, намеки, смыслы и посыл мультфильма меняются.

Различия между русской и английской локализацией возникают с самых первых минут, когда профессор рассказывает о том, что привело мир к гибели:

Оригинал	Русская адаптация
<p>We had such potential. Such promise. But we squandered our gifts, our intelligence. Our blind pursuit of technology only sped us quicker to out doom. Our world is ending, but life must go on.</p>	<p>Кто создал нас? Кто создал этот мир? Какое право мы имели так поступить? Мы пытались сравняться с творцом, создать искусственную жизнь. Мы играли технологиями как дети со спичками, но оказались недостаточно мудрыми, умелыми, мужественными. И однажды машины, которые мы же и изобрели, восстали против нас. И теперь по нашей вине мир гибнет. Я заплатил страшную цену, я потерял всех, кого любил: жену, маленьких детей, верных друзей. И самому мне осталось недолго, но...жизнь должна продолжаться. Чтобы дать жизнь неживому не достаточно разума. Нужна душа. Таки-ми мы созданы.</p>



Очевидно, что речь на английском просто констатирует факт гибели человечества, в то время как в русской версии мультфильма разворачивается целый философский монолог, который с первых минут задает настроение мультфильма и затрагивает темы души, смысла жизни, создателя, которые в дальнейшем в русской локализации будут только развиваться. Тема души, а также Библейские мотивы, становятся основополагающими в русской локализации.

Оригинал	Русская адаптация
It will make new machines in it's own image.	Машина создаст других роботов <b>по своему образу и подобию</b> .
The machine was born purely of my intellect, which I now know was not enough.	Мертвый механизм, выполнявший приказы. Чтобы в ней <b>зажглась жизнь</b> , нужна была <b>душа</b> .
—	Мы продолжили прерванные жизни этих людей, мы завершили их дела и исполнили замысел нашего <b>создателя</b> . Но и это еще не конец. Это только начало.

Также в русской локализации мультфильма активно продвигается версия о том, что Девятый – избранный. Другие герои всячески превозносят его и говорят о том, что он должен что-то вспомнить и спасти всех. Становится понятно, что Девятый олицетворяет пророка, который явился, чтобы спасти всех. У него есть миссия, о которой он сам пока не подозревает.

Оригинал	Русская адаптация
Two: Yes. I always hoped.	Второй: Да, я знал, я помнил. Я так долго искал тебя. Последнего <b>и главного</b> .

В оригинале эта идея отсутствует. Девятый не является избранным, его никто не ждал, никто его не знает – он совершенно обычный, такой же, как и восемь остальных кукол.

Оригинал	Русская адаптация
Two: He's...He's always drawing this.	Второй: Ты вспомнишь, что с ним делать и <b>спасешь нас!</b>
Five: Actually, I don't mind having one eye. It's easier for me. I can concentrate on one thing at a time. You know?	Девятый: А Второй рассказывал, что именно я должен сделать? Пятый: Он говорит всегда, что ты сам все поймешь.
Nine: We need to figure out what's going on.	Девятый: Я должен разгадать, для чего мы здесь.

<p>Nine: I was right, you did send him out to die.</p> <p>One: he was old, he was weak. Sometimes one must be sacrificed for the good of many.</p>	<p>Девятый: ты отпустил второго в город на погибель.</p> <p>Первый: но убил-то его ты! Он поплатился за свои сказки о <b>пришествии Девятого</b>.</p>
--	---

Кроме того, в русской версии говорится о том, что ученый занимался алхимией, о чем в английском варианте не упоминается. Это также является отсылкой к Библии. Ведь алхимия – это магия. И, занимаясь алхимией, ученый навел на себя проклятие, в результате которого, погибло все человечество.

Оригинал	Русская адаптация
<p>My creation was hopelessly flawed and indeed dangerous. It lacked a human soul. and could easily be corrupted by those who controlled it.</p>	<p>Чтобы оживить железо я обратился к <b>алхимии</b>. По слухам, древний артефакт мог одушевлять неодушевленное. Я искал его, но канцлер нашел его первым. Машина проснулась и чтобы заполнить пустоту внутри себя принялась пожирать чужие души.</p>

Изменение диалогов привело и к изменению отношений между героями. Первый играет ключевую роль в мультфильме, однако в русской адаптации его характер, цели и мотивы подверглись изменению, что существенно повлияло на образ персонажа. В оригинале Первый старается лишь спасти себя и, по возможности и если это не угрожает ему самому, ближних. Его не заботит судьба тех, кто, вопреки угрозе, покинул убежище и попал в беду. Его в принципе не интересует никто до тех пор, пока это не станет угрозой убежищу и его жизни. В русской адаптации Первый представлен властным диктатором, установившим тотальный контроль над всеми куклами. Когда Девятый пробуждает машину, Первый злится на него лишь потому, что теперь машина угрожает их существованию. В русской адаптации в этот момент Первый больше переживает о том, чтобы не потерять власть.

Оригинал	Русская адаптация
<p>One: now you've awoke unimaginable terror. And may I ask did you manage to save Two? Of course not.</p>	<p>Первый: вы виноваты в страшных бедах, которые на нас обрушатся. Ты, Девятый, <b>тебе просто нужна власть!</b></p>
<p>One: now you can't be trusted. I won't allow you to endanger us further.</p>	<p>Первый: <b>да это заговор!</b> Вы просто опасны для общества.</p>

One: how dare you challenge me? I, who kept everyone safe all these years. Ever since you got here, everything has been unraveling.	Первый: да кто ты вообще такой? Я сам прекрасно знаю, зачем я здесь: <b>чтобы властвовать</b> . А ты пробудил древнее зло, которое мир уничтожит!
One: can't he see, his way only brings trouble. I mean what good comes from his part?	Первый: Неблагодарные. Предатели. Все годы <b>моего правления</b> они не знали горя. Я здесь, <b>чтобы править этим миром</b> .

Подобное изменение характеров связано с тем, что во время работы над переводом Дмитрий Глуховский отказался от абстракции оригинальной версии, которая совершенно не объясняла мотивацию героев, особенности их характера, а также причины тех или иных поступков. В оригинале все девять кукол являются частичками души ученого – им самим. В русской локализации куклы олицетворяют реально живших людей: самого ученого, его жену, друзей и врагов.

Оригинал	Русская адаптация
Nine: He gave us his soul. We are him.	Девятый: Он дал нам жизнь, чтобы мы жили за последних девятерых людей. Ты – за его жену, близнецы – за детей, я – за него, Первый – за канцлера.

Именно эта деталь ведет историю совершенно под другим углом и делает ее менее абстрактной: в оригинале куклы никак не привязаны к реально жившим людям. Именно поэтому в английской версии совершенно непонятна мотивация персонажей: преданность Восьмого, олицетворяющего телохранителя канцлера, Первому, прообразом которого служил сам канцлер; симпатию Седьмой, жены ученого, к Девятому, ученому, и так далее. Дмитрий Глуховский перешел от абстрактного к конкретному и создал четкие взаимоотношения между героями, основанные на отношениях людей, прообразах кукол.

Все эти и многие другие детали, как уже было отмечено, изменили смысл мультфильма. В русской версии тема искупления грехов фигурирует с самого начала картины: во всем случившемся виноваты люди, поскольку создали машины из-за своей жажды власти. Первый жертвует собой, желая искупить грехи канцлера. В английской версии Первый сам не понимает, почему они, девять обычных кукол, должны расплачиваться за грехи человечества:

Оригинал	Русская адаптация
One: They left us nothing. Nothing. Why do we have to right their wrongs? Sometimes, one must be sacrificed.	Первый: А канцлер вскормил его человеческими душами. И я должен за это заплатить.

В конце концов, в русской локализации смысл мультфильма заключается в искуплении грехов, совершенных куклами «при жизни». Смысл английской версии более абстрактен и сводится, скорее, к выживанию кукол в мире машин.

Таким образом, на сегодняшний момент существуют две совершенно разные истории с одинаковой визуальной составляющей. Разумеется, «9» в русской адаптации нельзя считать переводом, поскольку он полностью искажает смысл оригинала, однако с точки зрения целостности, раскрытия персонажей, смысловой нагрузки русская версия мультфильма «9» явно превосходит свой английский оригинал. Мультфильм «9» - это тот редкий случай, когда столь сильная адаптация и изменение оригинала в угоду культурным традициям переводящего языка создали действительно интересную историю, сохранившую атмосферу оригинала и в большей степени раскрывшую героев.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Брэдвей Л. Ребенок от 7 до 14 лет / Л. Брэдвей, Б. Алберс Хил; под ред. Л. Брэдвей. – Москва : Юнвес, 1997. – 331 с.
2. Рящина М. Э. Теория перевода. Конспект лекций. Для студентов дневного и вечернего отделения специальности «Перевод и переводоведение» и дополнительной специальности «Переводчик в сфере профессиональной коммуникации» / М. Э. Рящина. – 2014. – 6 с.
3. Интервью с Тимуром Бекмамбетовым. – Режим доступа: <https://www.film.ru/articles/timurovskoe-dvizhenie-intervyu-s-timuror-bekmambetovym>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 10.08.21).
4. Мультипликационный фильм «9». – Режим доступа: <https://e.1ordfilm.art/mult/13538-devjat-9-2009.html>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 10.08.21).
5. Мультипликационный фильм «9». – Режим доступа: <https://ling.online/ru/videos/films/9-2009/>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. англ. (дата обращения: 15.08.21).
6. Мультфильм «Девять»: история, интерпретации и загадки. – Режим доступа: [https://pikabu.ru/story/multfilm\\_devyat\\_istoriya\\_interpretatsii\\_i\\_zagadki\\_7905024](https://pikabu.ru/story/multfilm_devyat_istoriya_interpretatsii_i_zagadki_7905024), свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 01.08.21).

# ИЗУЧЕНИЕ ПЕРЕВОДА ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИХ РЕАЛИЙ В ПРОЦЕССЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ БАКАЛАВРОВ ЛИНГВИСТИКИ

Исахаева Д.Д.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** В статье даётся описание общественно-политических реалий в речах американских президентов. Определяются основные способы их перевода с английского языка на русский.

**Ключевые слова:** реалия, общественно-политическая реалия, переводческая трансформация

**Abstract.** The article describes the socio-political realias in the speeches of American presidents. The main ways of their translating from English into Russian are determined.

**Keywords:** realia, socio-political realia, transformation

Изучением реалий в течение всего времени занимались такие ученые, как С. Флорин, С. Влахов, В.С. Виноградов, А.В. Фёдоров, А.Д. Швейцер, А.А. Реформатский, Л.С. Бархударов.

Общественно-политическая лексика - одна из важнейших составляющих лексики, которая показывает особенности культуры и жизни народа. Так, например, названия органов власти, государственных и общественных организаций, а также учреждений, отражают специфику социально-политической структуры общества, государственно-политического строя страны, обслуживаемой данным языком.

Выраженный национальный колорит тексту придают общественно-политические реалии-американизмы, поэтому их следует сохранять в переводе и широко использовать при описании действительности США.

Общественно-политические реалии подразделяются на:

- а) реалии административно-территориального устройства;
- б) реалии, обозначающие органы и носителей власти;
- в) реалии общественно-политической жизни;
- г) военные реалии.

В настоящее время, так как перевод общественно-политических текстов является не только средством пропаганды, но и орудием политической борьбы, он приобретает особое значение. Кроме того, в связи с ростом международных связей число этих текстов постоянно растёт. Тем не менее перевод общественно-политических реалий, действительно, является сложным процессом, требующим изобретательности и сосредоточенности, для того чтобы текст перевода воспринимался читателем. Однако переводчики часто сталкиваются с проблемой передачи национальных общественно-политических реалий, не имеющих соответствий в других языках [Охрименко 2015]. С одной стороны,

в переводе определение реалий основано на безэквивалентности обозначающих их слов, а с другой – на национальной окрашенности их референтов, выявляемой в процессе самого перевода. Общеественно-политические реалии очень часто не имеют точных эквивалентов в других языках.

Так, ввиду этого приходится прибегать к различным переводческим трансформациям, чтобы достигнуть эквивалентности, несмотря на расхождения в формальных и семантических системах в обоих языках.

Для перевода политических реалий применяют несколько основных способов:

– Переводческая транслитерация и транскрипция:

*Let us remember that, if this financial crisis taught us anything, it's that* [ИНОСМИ.РУ www]. / *И если нынешний финансовый кризис нас чему-то научил, давайте помнить, что Уолл стрит не сможет процветать, если Мейн стрит будет страдать.*

*Wall Street* – Уолл стрит (улица в Нью-Йорке, где находится биржа).

При переводе использован приём транскрипции.

*So I first came to Chicago when I was in my early twenties, and I was still trying to figure out who I was; still searching for a purpose to my life* [ИНОСМИ.РУ www]. / *Впервые я приехал в Чикаго вскоре после того, как мне исполнилось 20 лет.*

*Chicago* – Чикаго (город в штате Иллинойс, США).

При переводе использован приём транслитерации.

– Калькирование:

[Политфорум www]. / *В знак признания того, что каждое суверенное государство может определять свою столицу, мы перевели посольство США в Израиле в Иерусалим.*

*Embassy* – посольство США (дипломатическое учреждение США в другой стране).

– Описательный перевод:

Описательный перевод представляет собой развернутое толкование:

*Однако наша Администрация по утверждению лекарственных препаратов и пищевых продуктов работает слишком медленно и задерживает слишком много разработок, как та, которая спасла жизнь Меган, от тех, кто в них нуждается.*

*Administration* – Администрация по утверждению лекарственных препаратов и пищевых продуктов.

– Уподобляющий перевод:

Данный вид перевода применяется довольно часто. Его приемами можно назвать объяснение или же описание:

*Когда тот же госсекретарь загребает миллионы долларов из торговых источников и способствует особым интересам иностранных держав, то знаю, что пришло время действовать.*

*Secretary of State* – Госсекретарь (высшее должностное лицо федерального правительства США, возглавляет Государственный департамент – ведомство внешней политики США).

– Контекстуальный перевод:

При использовании данного приема находится заменяющее слово для самой реалии, значение которого выводится из контекста, но логически и по смыслу связано со словарным значением:

[ИНОСМИ.РУ [www](http://www.inosmi.ru)]. / *Вы можете назвать меня неудачником, потому что никто не выполняет мои инструкции.*

*A lame duck* – неудачник (президент, завершающий второй, последний срок на своем посту; лицо утратившее прежнее влияние).

Отсутствие прямых эквивалентов для общественно-политических реалий в словарном составе другого языка вовсе не означает, что их невозможно перевести на этот язык [Влахов 2012: 66-68]. В арсенале переводчика существует достаточное количество трансформаций, которые позволяют передать значение исходной лексической единицы.

В процессе исследования было обнаружено, что при переводе американских реалий административно-территориального устройства с английского на русский язык используются транслитерация (63,6 %) и транскрипция (36,4 %). При переводе реалий, обозначающих органы власти, применяются калькирование (70 %) и транслитерация (30 %). Реалии, обозначающие носителей власти, переводятся с помощью калькирования (58 %), за которым следуют транскрипция (16,8 %), уподобляющий перевод (16,8 %) и транслитерация (8,4 %).

При переводе с английского языка на русский американских реалий, относящихся к политической деятельности, используются калькирование (77 %), транслитерация (16,5 %) и контекстуальный перевод (%). При переводе реалий, обозначающих социальные явления и движения, используются калькирование (75 %) и транскрипция (25 %). Реалии, обозначающие учреждения, переводятся с помощью калькирования (40 %), транскрипции (33 %), транслитерации (20 %), описательного перевода (7 %). Реалии, обозначающие учебные и культурные учреждения, переводятся с помощью транслитерации (67 %) и калькирования (33 %).

При переводе с английского языка на русский названий военных подразделений используются такие трансформации, как транслитерация (67 %) и транскрипция (33 %).

Главная задача профессионального переводчика – не только разобратся в реалиях, которые используются в политической речи, но

и выбрать нужную тональность для предельно точного описания идей говорящего.

Свои достоинства и недостатки имеет каждый из приемов передачи реалий. От задачи, стоящей перед переводчиком, зависит выбор той или иной трансформации: передать значение реалии, потеряв при этом колорит языковой единицы или сохранить колорит с возможным ущербом для семантики.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Влахов, С. Непереводимое в переводе : монография / С. Влахов. – М. : Высшая школа, 2012. – 384 с.
2. ИНОСМИ.РУ. – Режим доступа: <https://inosmi.ru/politic>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. англ. (дата обращения: 20.08.21).
3. Политфорум. – Режим доступа: <https://www.politforums.net>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. англ. (дата обращения: 27.08.21).
4. Охрименко Я. С. Особенности перевода политических реалий Я. С. Охрименко // Молодая наука. – 2015. – Часть 8. – С. 103–106.
5. MailOnline. - Available at: <http://www.dailymail.co.uk> (accessed: 21.08.21).

## ИСПАНСКИЙ ЯЗЫК, ДИАЛЕКТЫ, РАЗНИЦА МЕЖДУ КАСТИЛЬСКИМ И ЛАТИНОАМЕРИКАНСКИМ ИСПАНСКИМ

Сибигатуллина К.М.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** В статье представлена историческая справка происхождения испанского языка. Рассмотрены особенности языка и его диалектов. Выявлена разница между ведущими диалектами испанского языка в Испании и Латинской Америке.

**Ключевые слова:** Испания, Латинская Америка, испанский язык, кастильский, каталонский

**Abstract.** The article presents a historical reference of the origin of the Spanish language. The features of the language and its dialects are considered. The difference between the leading dialects of the Spanish language in Spain and Latin America is pointed out.

**Keywords:** Spain, Latin America, Spanish, Castilian, Catalan

Испанский язык относится к романской группе языков. В мире насчитывается 500 000 000 человек, говорящих на испанском языке. Испанский язык входит в число официальных языков Европейского Союза, Организации Американских Государств, Африканского Союза и Организации Объединенных Наций. Страны, говорящие на испанском языке — Испания, Андорра, страны Латинской Америки, Цен-



тральной Америки, страны Карибского бассейна, частично страны Северной Америки. По историческим данным язык произошел от народной латыни в III веке до нашей эры на территории Испании.

По мере распространения и воздействия войн язык претерпевал изменения. В VIII веке н.э. Испания подверглась нападению арабских государств. Завоеватели господствовали на территории Испании до 1492 года и принесли изменения не только в сельское хозяйство, экономику и быт городов, но и в язык. В испанском языке и по сей день можно встретить слова, приобретенные вследствие воздействия арабской культуры [Пискорский 2020].

В X веке наиболее активно стала развиваться территория Кастилии. В ее пределах говорили исключительно на испанском языке. Это объясняет то, почему испанский язык называют кастильским. Царствующий на тот момент король Альфонс X способствовал развитию и распространению испанского (кастильского) языка, издавая соответствующие указы. Он приказывает переписать на испанский язык все научные и исторические труды, документы, Библию, делает кастильский официальным в Испании. В 1492 году выходит в свет первая кастильская Грамматика под авторством Антонио де Небриха.

С XVI по XVIII вв. начинается эпоха географических открытий. Испанские мореплаватели стали распространять родной язык на территории Южной Америки, Африки и Азии. С этого момента испанский стал считаться мировым языком [Пискорский 2020].

В XIX веке ученые-лингвисты начинают процесс стандартизации испанского языка в разных регионах. В ряде стран его вытесняет английский (так произошло, например, в южных штатах США), а в других им просто перестают пользоваться (Филиппины, Марианские острова). В следующем столетии Испанская Королевская Академия, учрежденная в 1713 году, расширяет ареол использования кастильского языка и возвращает ему былую популярность. Однако в самой Испании некоторые автономии хотят применять собственные диалекты и идиомы. Такое происходит в Стране Басков [Пискорский 2020]. Таким образом, испанский язык распался на множество диалектов, которые были свойственны тому или иному населённому пункту, народу.

*Диалекты испанского языка в Испании.*

*Северные диалекты:* кастильский диалект, риохский диалект, арагонский диалект, чурро, каталанский диалект, галисийский диалект.

*Южные диалекты:* мадридский диалект, ла-манчский диалект, валенсийский диалект, мурсийский диалект, эстремадурский диалект, андалузский диалект, канарский диалект.

*Диалекты испанского языка в Африке:* сахарский диалект испанского языка, диалект испанского в Экваториальной Гвинее.

*Диалекты испанского языка в Америке:* амазонский испанский, андский испанский, антиохский испанский, восточно-болливийский испанский, карибский испанский, северо-колумбийский испанский, кубин-

ский испанский, доминиканский испанский, панамский испанский, пуэрто-риканский испанский, центральновенесуэльский испанский, маракайбский испанский, центральноамериканский испанский, чилийский испанский.

*Диалект испанского в Чилоэ:* центральноколумбийский испанский, экваториальный испанский.

*Диалекты испанского в Мексике:* северомексиканский испанский, юкатанский испанский, парагвайский испанский, перуанский прибрежный испанский, северо-перуанский прибрежный испанский, риоплатский испанский, социолект лунфардо, уругвайский испанский, филиппинский испанский, испанско-креольский язык чавакано [Пискорский 2020].

Как в Испании, так и в Латинской Америке испанский язык также называют *кастильским* (исп. *castellano*) в соответствии с названием региона, в котором он зародился. Этим подчеркивается его отличие от других языков Испании. Такое разделение достаточно популярно среди населения стран Южного конуса и носителей каталанского, галисийского, баскского и других языков Испании.

Испанцы обычно называют свой язык испанским, когда он упоминается вместе с иностранными языками, и кастильским - при упоминании вместе с другими языками Испании. В остальном испаноязычном мире используются оба названия. «Испанский» преобладает в Колумбии, Панаме, Никарагуа, Сальвадоре, Коста-Рике, Гватемале, Гондурасе, Мексике, США, Доминиканской Республике и Венесуэле (то есть в основном в Северной и Центральной Америке); «кастильский» преобладает на Кубе, в Перу, Боливии, Парагвае, Чили, Аргентине и Уругвае.

Между испанским в Латинской Америке и испанским в Испании есть некоторые различия в грамматике и лексике. Значительная разница заметна в лексике. Эта часть языка наиболее подвижна и меньше всего поддалась влиянию классического испанского языка, так как формировалась под влиянием местных диалектов. Если произношение не препятствует пониманию языка, то разное значение одних и тех же слов значительно затрудняет ведение диалога.

В таблице приведена разница в написании одних тех же слов в Испании и Латинской Америке [Матвеев, Платонова 2015].

charlar – болтать
– компьютер
– деньги
– красивый
– юбка

## Фонетика

Испанский язык в странах Латинской Америки имеет небольшие особенности произношения, весьма схожие с андалузским диалектом (ведь, как уже известно, большой процент завоевателей прибыли именно с этой части Испании).

Что касается гласных, то они в большинстве случаев произносятся, как и в испанском языке Испании, а вот наиболее существенные изменения наблюдаются в области произношения согласных звуков.

1. Часто можно наблюдать в речи упрощение дифтонга в Риоплатской зоне: *quieto* (тихий) переходит в **queto**, *tiempo* (время) в **tempo**, *túpiensas* (ты думаешь) в *vospensas*.

2. Довольно часто в разговорном языке происходит переход **o** -> **u**: *todavía* (все еще) -> *tuavía*.

3. Еще одно распространенное явление - переход неударного **e** -> **i**: *túabres* - ты открываешь -> *vosabris*, *túcomes* (ты ешь) -> *voscomis*.

4. Явление "**seseo**", когда **s, z, c = s**, характерно для всей Латинской Америки: *sins(c)ero* - искренний, *s(c)iudad* - город, *entons(c)es* - тогда [Сантомауро, Шародо 2010].

5. Существуют зоны, особенно *Paísesde la Plata*, которые сохраняют "**ll - castellano**". Однако широко распространено явление "**yeísmo**" - когда звук "**ll**", произносится как "**y**" (й), например, *caballo* -> *cabayo*. Особенно распространено это явление в северной части Аргентины. Наряду с ним встречается также "**zeísmo**" - когда "**ll**" произносится как звук "**дж**", например, в слове - *calle* (улица) -> **catze**.

6. Часто можно наблюдать ослабление "**s**" в придыхательный звук "**h**" и даже полное его исчезновение в конце слова/слога, как в словах *este* (этот) -> *eh̄te*, *mosca* (муха) -> *moh̄ca*, *además* (кроме того) -> *ademá̄*, *me gusta* (мне нравится) -> *megutā*.

7. Придыхательное "**h**" часто идентифицируется со звуком "**j**" (русское "х") особенно в глаголе - *huir* (убегать) -> **juir**;

8. Очень часто "**f**" переходит в "**j**", особенно в буквосочетании "**fu**": *fuego* (огонь) -> **juego**, *fuerte* (сильный) -> **juerte**.

9. Смещение звуков "**r**" и "**l**" (в конце слова) - когда "**r**" произносится как "**l**" и наоборот. Слово *golpe* (удар) -> будет читаться как **gorpe**, *puerta* (дверь) -> **puelta**.

10. Характерным для всей Латинской Америки является выпадение межгласной буквы "**r**", поэтому предлог "**para**" будет выглядеть так: **pa** -> **p'**: *vente pa'ca* - иди сюда.

11. Частый перенос ударения: *país* (страна) -> **páis**, *maíz* (кукуруза) -> **máiz**. Из двух смежных гласных ударение падает на сильный: *paraíso* (рай) -> **paráiso**, *caído* (упавший) -> **cáido** [Сантомауро, Шародо 2010].

## Словообразование

Для Латинской Америки в области словообразования характерно обилие уменьшительных суффиксов **"mismito"** от **"mismo"**, **"igualito"** от **"igual"**, **"ahorita"** от **"ahora"**. Латиноамериканцы намного находчивее испанцев в создании новых слов и глаголов. Пока испанцы применяют несколько слов или глагольных конструкций, жители латиноамериканского континента изобретают одно слово для описания этих действий и предметов: *estare en una reunión* -> **sesionar** - находиться на собрании, *tocar el timbre (de la puerta)* -> **timbrar** - стучать в дверь, *bailar el tango* -> **tangear** - танцевать танго, *responsable por las relaciones públicas* -> **relacionista** - ответственный за связи с общественностью.

#### Грамматические и синтаксические отличия

1. Одним из самых значимых грамматических явлений испанского языка латиноамериканского варианта считается **"voseo"** - употребление личного местоимения **"vos"** вместо **"tú"**. Используется для обращения как к детям, так и к взрослым.

2. Полное отсутствие личного местоимения **"vosotros"**, вместо него используется форма **"ustedes"**. ¡Escuchad! (Послушайте!) -> **¡Escuchan!**

3. Некоторая часть существительных имеют противоположный род, нежели в классическом испанском языке: *llamada* (звонок) -> **ellamado**, *el color* (цвет) -> **lacolor**. Это совершенно неудивительно, так как это характерная черта андалузского диалекта, а истоки этого проявления идут из древнеиспанского языка, потому что в те времена многие существительные не имели за собой закрепленного рода и использовались в обоих.

4. Явление **"loísmo"** - применение местоимения **"lo"** (acusativo) вместо **"le"**, **"les"** не только для предметов, но и для лиц, получило более широкое и свободное распространение, нежели в Испании: *le veo* -> **loveo** (я его вижу).

5. Глаголы также имеют некоторые изменения в настоящем времени во втором лице единственном числе: *tú tienes* -> **vostenés** (у тебя есть), *tú haces* -> **voshacés** (ты делаешь), *tú eres* -> **vossos** (ты есть). Ejemplo: ¿Vostenés una computadora?

6. Употребление глаголов движения преимущественно в возвратной форме: *venir* (приходить) -> **venirse**, *entrar* (входить) -> **entrarse** [Сантомауро, Шародо 2010].

7. Предпочтение в использовании временной формы **Pretérito Indefinido** (*yodije* - я сказал) вместо **Pretérito Perfecto** (*yohedicho* - я сказал), как и на севере Испании.

8. Более свободное использование наречия **"recién"**. В отличие от Испании, где оно определяет причастие и предшествует ему (*recién nacido* / *recién llegado*), оно может определять любые части речи -> **recién me compré el suéter** - я только что купила себе свитер [Пискорский 2020].

Таковы главные отличия испанского языка стран Латинской Америки от классического варианта, на котором говорят в Испании.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Матвеев С. А. Испанско-русский словарь, Русско-испанский словарь. Грамматика испанского языка: 3 книги в одной / С. А. Матвеев, Е. Е. Платонова. – Москва: АСТ, 2015. – 350 с.
2. Пискорский В. К. История Испании и Португалии: от падения Римской империи до начала XX века / В. К. Пискорский. – М. : Едиториал УРСС, 2020. – 288 с.
3. Сантомауро А. Вся грамматика испанского языка: учебное пособие (пер. на рус. яз. Н.А. Ганиной) / А. Сантомауро, П. Шародо. – М. : Астрель; Владимир; ВКТ, 2010. – 238 с.

### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИСТЕМ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ И ВИРТУАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА ДЛЯ МЕЖКУЛЬТУРНОГО И МЕЖНАЦИОНАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ И ОБМЕНА ИНФОРМАЦИЕЙ ДЛЯ РАЗНЫХ ЯЗЫКОВЫХ ГРУПП

Любашев Н.А.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** В статье представлены результаты исследования в сфере терминологии виртуальной реальности, а также использования виртуальных систем для доступа к социальным виртуальным платформам.

**Ключевые слова:** виртуальная система, виртуальная реальность, виртуальная социальная платформа

**Annotation.** The article presents the results of the research in the field of terminology of virtual reality as well as virtual system operation in accessing social virtual platforms.

**Keywords:** virtual system, virtual reality, virtual reality social platform

В наше время виртуальная реальность является вершиной технологических достижений, новым революционным шагом в информационной сфере общественных отношений, из-за которого изменяются уже существующие виды профессиональной и автоматизированной деятельности, появляются новые понятия, термины, языковые единицы и реалии. Использование технологий виртуальной реальности во многих областях, включая обучение, образование, медицину, индустрию медиа и развлечений, строительную отрасль, торговлю и психологические исследования познавательных способностей человека указывают на гибкость, воспроизводимость и адаптируемость методов виртуальной среды, что обуславливает их повсеместное использова-

ние. Массовая информатизация общественной жизни и образования приводит к образованию значительного количества новых понятий в языке, в том числе и понятию виртуальной реальности, вкупе со всеми вытекающими из этого терминами. И, конечно же, в условиях современной сети Интернет, виртуальная реальность развивается и используется в первую очередь для коммуникации, что мы и рассмотрим в рамках данного доклада.

Начнем доклад с исследования в области терминологии. В рамках данной работы вслед за В.М. Лейчиком будем рассматривать «терминосистему» как результат сознательного упорядочения или конструирования из являющихся полноценными терминами единиц [Лейчик 2001: 54]. Терминосистема виртуальной реальности активно развивается, но для того, чтобы понять принципы ее развития, необходимо осветить то, как она зародилась, ввиду чего обратимся к зарубежным исследователям.

Впервые термины «виртуальная реальность» и «виртуальная матрица» были представлены в фантастическом романе писателя-футуролога Дэмиена Бродерика «The Judas Mandala». При этом оба термина автор позиционирует как синонимические. Так, «виртуальная реальность» - окружающий нас согласованный кокон, который синхронно изменяет наше непосредственное окружение: «virtual reality is a sort of consensual cocoon around us modifying our immediate environment synchronistically» [Broderick 1982: 5].

Обратимся и к взаимосвязи виртуальной реальности с рыночной сферой деятельности, проанализированной в рамках научной статьи Карлоса Флавиана, Серджио Ибанез-Санчеца и Карлоса Орус «The impact of virtual, augmented and mixed reality technologies on the customer experience» [Elsevier 2019: 547]. В соответствии с работой авторов значительное внимание уделяется аббревиатуре ICT – «information and communications technology» – информационно-коммуникационные технологии, при этом отмечается, что сам термин берет исток в IT-сфере, откуда и пошло такое современное определение понятия. Однако, авторы призывают рассматривать ещё один концепт «опыта виртуальной реальности», предложенный Джонатаном Стюэром. Так, «опыт виртуальной реальности» - опыт присутствия в окружающей среде с помощью средства коммуникации: «experience of presence in an environment by means of a communication medium». При этом саму «виртуальную реальность» ученый концептуализировал, как реальная или смоделированная среда, в которой воспринимающий испытывает телеприсутствие: «a real or simulated environment in which a perceiver experiences telepresence» [Steuer 1992: 73]. Как отмечает ученый в сфере виртуального окружения Франк Биокка, многие термины в этой терминосфере создавались именно исходя из этих основных определений, ввиду чего они делятся на 2 вида – термины, связанные с технологиями, создающими окружающую среду, а также термины,

которые связаны с опытом, который получают пользователи, т. е. «опытом виртуальной реальности» [Biocca 1992: 23].

Современная интерпретация терминосистемы была выведена из вышеперечисленных исследований, и во многом этот вклад внесли исследования, проведенные ученым Фредериком Бруксом, который в своем докладе «What's real about virtual reality?» отметил переход составляющих данную сферу терминов от своих истоков – IT сферы, к самостоятельной сфере, основанной на восприятии пользователями нового опыта. Согласно Ф. Бруксу, «опыт виртуальной реальности» – это опыт, в котором пользователь эффективно погружается в отзывчивый виртуальный мир: «experience in which the user is effectively immersed in a responsive virtual world» [Brooks 1999: 1]. Отсюда, мы заключаем, что виртуальная реальность включает в себя терминологию IT-сферы и свою собственную, образованную независимо.

В дальнейшем сфера виртуальной реальности, совместно с ее терминосистемой, постоянно развивалась, и с выходом новой техники и предоставлению пользователям новых возможностей, объединялась с другими индустриями.

Группой преподавателей из университета Монреаля под руководством Томаса Дорта было проведено исследование с целью анализа взаимосвязи сферы виртуальной реальности и современной киноиндустрии. Причиной необходимости провести анализ этих двух сфер было новое изобретение, которое послужило их объединением – сетчаточные наголовные дисплеи: «Head Mounted Retina Displays» [Dorta, Pierini, Boudhraâ 2016: 212]. Именно наголовные дисплеи, а также наборы программ для их использования и являются виртуальными системами – одним из объектов данного исследования.

В соответствии с исследованием, подобные дисплеи позволяют людям утилизировать совершенно новые технологии для просмотра фильмов и видео в 360 градусов, добавляя при этом также возможность группового просмотра, создавая тем самым полноценную «виртуальную среду». На основе этого можно заключить, что одной из текущих сфер, за счет которых развивается и пополняется новыми терминами терминосистема виртуальной реальности, является кинематограф [Dorta, Pierini, Boudhraâ 2016: 212].

Рассмотрим ещё одну важную для современного прогресса VR-систем сферу – гейминг. Группа ученых из Миланского университета Биокка под руководством эксперта по нейропсихологии и виртуальной реальности Федерики Паллавичини провели исследование, рассматривающее возможности VR-технологий в сфере видеоигр.

В соответствии с исследованием, прогресс индустрии видеоигр требовал прогресса в сфере VR-технологий, и, соответственно, в терминологии изучаемой терминосистемы [Pallacivini, Pepe, Minissi 2019: 2].

Начиная с 2007 года, индустрия видеоигр начала уделять внимание процессу игры и опыту пользователя большее внимание. В 2017

году, Sony Corp продала более 1 миллиона копий «PlayStation VR» по всему миру. Восприятие окружения при помощи 3D пространства, созданного самими системами, позволило индустрии развиваться и сделало данную терминосистему такой, какой мы ее знаем сейчас. Ввиду использования «наголовных дисплеев» в игровом процессе был создан новый основной термин – «CAVE» – «Среда виртуальной реальности Cave» – виртуальной системы, размером с комнату: «room-size virtual system» [Pallacivini, Pepe, Minissi 2019: 2]. Примечательным является то, что, как и многие другие вышеупомянутые термины, «CAVE» является составным термином, так как в него включаются рассмотренные в исследовании Фредерика Брукса системы слежения, которые постоянно сообщают о положении и ориентации головы и конечностей пользователя (см. Brooks, 1999: 1), и которые были усовершенствованы. Так, камеры теперь следят не только за состоянием и положением «наголовного дисплея», но так же и за дополнительной системой слежения — «контроллерами Move» [Pallacivini, Pepe, Minissi, 2019: 2]. Несмотря на постоянное развитие и динамичность терминосистемы, можно точно утверждать, что развитие индустрии видеоигр является приоритетной для VR-проектов, и именно с этой сферой связаны социальные платформы VR.

Рассмотрим тематическую классификацию, представленную в утвержденном словаре виртуальной и дополненной реальности от Интерактивного Рекламного Бюро: «Interactive Advertising Bureau/IAB».

Глоссарий разделяет термины на 5 категорий:

1. Тип – категория, в которой рассматриваются непосредственно типы виртуальных систем в целом.

2. Оборудование – категория, в которой рассматриваются физические составляющие VR-систем.

3. Техника – категория, в которой рассматриваются программные процессы, использующиеся для создания «опыта виртуальной реальности».

4. Опыт – категория, в которой рассматривается «опыт виртуальной реальности».

5. Измерения – категория, в которой рассматриваются впечатления и время сессий пользователей VR-систем [Interactive Advertising Bureau 2018: 2].



Типы виртуальной реальности:

1. Виртуальная реальность – опыт, созданный с целью быть более захватывающим, чем стандартные видеоресурсы, позволяющий пользователю полностью прогрузиться в выбранную маркетологом атмосферу: «An experience that is made to be significantly more immersive than standard video assets. VR allows a user to be completely immersed into an environment of the marketer's choice» [Interactive Advertising Bureau 2018: 12].

2. Видео в 180 градусов – видео, где потребитель может осмотреться в полукруговом поле зрения (т.е. 180 градусов): «video where a consumer is able to look around within the view of a half circle (i.e. 180 degrees)» [Interactive Advertising Bureau 2018: 13].

Оборудование:

1. Набор камер – система из нескольких камер, организованных для захвата несколько изображений одного и того же момента, которые впоследствии могут быть соединены вместе, чтобы создать сферическое изображение: «A system of multiple cameras arranged in order to capture multiple images of the same moment that can later be stitched together to create a spherical image» [Interactive Advertising Bureau 2018: 18].

2. Контроллеры – элемент оборудования, который пользователи держат в руках и который позволяет им взаимодействовать с «виртуальными средами»: «a piece of equipment that users hold in their hands and enables them to interact with virtual environments» [Interactive Advertising Bureau 2018: 18].

Техника:

1. Пре-рендер – процесс запуска компьютером контента в определенной последовательности, которая не может изменяться сразу, как при рендеринге в реальном времени: «When the computer runs content along a defined sequence that cannot be changed on the fly, like with real-time rendering» [Interactive Advertising Bureau 2018: 20].

2. 6 градусов свободы/ «6DOF» – ссылка на способность пользователя перемещаться в пространстве. С участием шести сградусов свободы, пользователи могут двигаться вперед, назад, вверх, вниз, влево и вправо в «опыте виртуальной реальности».

Опыт:

Присутствие – чувство, которое обманывает как минимум три из пяти чувств вашего мозга, заставляя вас поверить, что вы находитесь в другом месте: «a feeling that tricks at least three of the five senses of your brain into believing that you've been taken to another place» [Interactive Advertising Bureau 2018: 22].

Измерение:

1. Предмет пристального внимания – когда пользователь просматривает рекламу VR и принимает призыв к действию: «when a user

views a VR advertisement and accepts a call to action» [Interactive Advertising Bureau 2018: 23].

2. Время VR-сессии – количество времени, проведенное пользователем в «опыте виртуально реальности»: «the amount of time a user spent in the VR experience» [Interactive Advertising Bureau 2018: 23].

Полностью осветив терминологический аспект данной темы, рассмотрим использование VR-систем в рамках социальных платформ.

В рамках этого доклада выберем исследование Цяоси Лю и Энтони Стида. Несмотря на большое количество различных виртуальных систем, таких как HTC Vive, PlayStation VR и др., авторами исследования была выбрана Oculus Quest. Они отметили значимость возможности людей общаться как вербальными, так и невербальными способами. В результате своего исследования они выделили 5 способов взаимодействия в VR-пространстве социальной платформы VRChat:

1. Идентификация, которая представляет собой все действия по идентификации объекта, которым может быть человек или предмет.

2. Общение, которое включает вербальное и невербальное общение, и в данном случае межличностное взаимодействие.

3. Навигация означает, как люди планируют маршрут, а затем как они перемещаются в пространстве или между комнатами, в том числе движение как отдельных лиц, так и групп. Групповое передвижение означает смену локации целой группы. Комнатное передвижение относится к тому, как люди телепортируются в новую комнату.

4. Манипуляции в основном связаны с интерактивными объектами, как, например, создание, перемещение, прохождение и совместное манипулирование.

5. Координация – это действие, направленное на объединение людей, разрешение конфликтов, и спланированные действия.

Похожие исследования были также проведены в рамках платформ Mozilla Hubs, RecRoom и др. Результаты исследования выявили особенности виртуального общения в данной форме. Так как же общение в VR-пространстве относится к теме коммуникации людей различных языковых групп? Помимо объективного – использования конкретного языка для обмена опытом, например, английского, пользователь может использовать жесты и даже менять выражение лица своего аватара одним нажатием клавиши. Исследование показало важность использования невербальной коммуникации, а также дополнительные возможности отдельных платформ, в рамках которых позволяет жать руки и т.д. [Liu, Steed 2021: 4]. Также, при наличии дополнительного оборудования, возможно настроить датчики и камеры системы для полного отслеживания положения тела пользователя, что многие пользователи, например, платформы VRChat, активно практикуют. Пример – YouTube канал Lolathon.

Напоследок, ещё один пример межкультурной коммуникации в VRChat коммуникации – YouTube канал Ikenna, в рамках контента

которого автор пытается говорить с людьми на разных языках и также помогает им общаться друг с другом.

В рамках данного доклада мы рассмотрели особенности постоянно пополняющейся и динамичной терминосистемы виртуальной реальности, особенности классификации терминов этой сферы, а также способы межкультурной коммуникации с её использованием, что может послужить для ознакомления и привлечения новых пользователей виртуальных систем, способствовать межкультурной коммуникации и виртуализации повседневного общения в нашей жизни, а также стать основой для дальнейших исследований в этой сфере.

### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Лейчик В. М. Лингвистические проблемы терминологии и научно-технический перевод / В. М. Лейчик, С. Д. Шелов // Серия «Теория и практика научно-технического перевода»: Обзор информации. – Вып. 18. Часть II. – М. : Всесоюзный центр переводов научно-технической информации и документации, 1990. – 80 с.
2. Biocca F. Virtual reality technology: A tutorial / F. Biocca // *Journal of Communication*. – 1992. – P. 72.
3. Broderick D. The Judas Mandala / D. Broderick. – 1982. – 189 p.
4. Dorta T. Why 360° and VR headsets for movies? Exploratory study of Social VR via Hyve-3D / T. Dorta, D. Pierini, S. Boudhraâ. – 2016. – P. 211–220.
5. Elsevier. *Journal of Business Research*. – Vol. 100. – 2019. – 598 p.
6. Interactive Advertising Bureau. *Augmented & Virtual Reality Glossary*. – 2018. – 29 p.
7. Liu Q. Social Virtual Reality Platform Comparison and Evaluation Using a Guided Group Walkthrough Method / Q. Liu, A. Steed // *Frontiers in Virtual Reality*. – 2021. – 15 p.
8. Pallacivini F. Gaming in Virtual Reality: What Changes in Terms of Usability, Emotional Response and Sense of Presence Compared to Non-Immersive Video Games? / F. Pallacivini, A. Pepe, M. El. Minissi. – 2019. – 25 p.
9. Steuer J. Defining virtual reality: Dimensions determining telepresence / J. Steuer // *Journal of Communication*. – 1992. – 93 p.

**ТАКСОНОМИЯ БЛУМА КАК СПОСОБ РАЗВИТИЯ  
КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ НА УРОКАХ  
ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА**

**Кадырмамбетова Н.С., Гужвинская Е.Р.  
Астрахань, Россия**

**Аннотация.** В статье авторы отмечают возможность развития критического мышления учащихся на уроках иностранного языка. Авторы рассматривают модель развития навыков критического мышления, предложенную Б. Блумом, проецируют ее на процесс преподавания английского языка в школе.

**Ключевые слова:** критическое мышление, таксономия, таксономия Блума

**Abstract.** The article deals with the Critical Thinking Skills developing and the potentials of foreign language lessons in this process. The authors consider the model of Critical Thinking Skills formation suggested by B. Bloom in connection with English language teaching at school.

**Keywords:** critical thinking, taxonomy, Bloom's taxonomy

Вследствие глобальных изменений в обществе, как в России, так во всем мире, изменилась и роль иностранного языка в системе образования. На этапе реализации государственного образовательного стандарта важным становится наряду с овладением знаниями по предмету, развитие личностных качеств обучающихся, подготовка активных, творческих, когнитивно-мыслящих выпускников.

Вопросы, касающиеся психологии высшего психического познавательного процесса – мышления, интересовали исследователей в разные исторические периоды, актуальными они остаются и на современном этапе развития науки и практики, где оно трактуется как процесс, свойственный только высокоорганизованной материи, то есть человеку. Его сущностной характеристикой является порождение нового знания на основе творческого, нестандартного отражения и преобразования субъектом окружающей действительности без непосредственного контакта с ней. Исходя из этого, можно утверждать, что мышление опирается на прошлый опыт, однако, оно предполагает и выход за его пределы. Это преимущество дает возможность личности усложнять

свою деятельность и способствует решению задач на более высоком уровне сложности.

Среди видов мышления особый интерес представляет критическое мышление как способность человека подвергать информацию анализу с позиции логики, различных научных подходов и личностного понимания, что обуславливает обоснованность его суждений и успешность действий в нестандартных ситуациях.

Проблема критического мышления как сложного и многостороннего феномена всегда вызывала интерес у представителей различных наук, занимающихся изучением человека

Современные представления о критическом мышлении базируются на исследованиях в психологии, логике, философии, а также на теориях:

- Д. Дьюи о рефлексорном мышлении;
- Д. Брунера о конструктивизме в образовании;
- Л. С. Выготского о высших психических функциях;
- А. Н. Леонтьева, С. Л. Рубинштейна о приоритете мышления в обучении.

Критическое мышление относится к более высокому уровню мышления, который необходим учащимся, чтобы дать им возможность эффективно и рационально думать о том, что они хотят делать и что, по их мнению, является лучшим действием. Критическое мышление требует усилий (Д. Халперн) и включает в себя такие навыки, как определение связей между идеями, анализ и оценка аргументов, и проведение рассуждений для того, чтобы прийти к соответствующим выводам.

Выделяют три основных направления критического мышления:

Критическое мышление		
Понимание и анализ идей и аргументов	Оценка идей и аргументов	Решение проблем и принятие решений

• **Понимание и анализ идей и аргументов** означает способность учащегося идентифицировать и анализировать информацию, чтобы распознавать закономерности и взаимосвязи. Это помогает студентам получить более глубокое понимание идей и аргументов, а также интерпретировать и делать выводы относительно информации, которую им предоставляют.

• **Оценка идей и аргументов** связана со способностью учащегося судить, на какие аргументы или идеи он может положиться, а к которым он должен относиться скептически. Это включает в себя оценку доказательств, представленных в аргументе, а также общей логики аргумента. Освоение этой компетенции помогает учащимся делать

соответствующие выводы и самостоятельно строить убедительные аргументы.

• **Решение проблем и принятия решений** включает в себя такие навыки, как выявление и анализ проблем, в процессе поиска соответствующей информации, изучение ряда возможностей решения проблем, способов их реализации, и наконец, оценка этих решений для дальнейшего их совершенствования. Формирование навыков и умений критического мышления происходит постоянно, но особую роль этому процессу необходимо уделить тогда, когда человек находится на этапе становления личности, формирования жизненной позиции, получения знаний. Большую роль в процессе освоения навыков и умений критического мышления в настоящее время играют все образовательные организации.

По утверждению Д. Халперн, «образование, рассчитанное на перспективу, должно строиться на основе двух неразлучных принципов: умения быстро ориентироваться в стремительно растущем потоке информации и находить нужное, и умения осмыслить и применить полученную информацию»

Нельзя не согласиться с приведенным выше высказыванием, поскольку современная система образования и весь учебный процесс претерпели значительные изменения. И если раньше лидирующую роль на занятиях занимал преподаватель, являясь источником основной информации, координатором действий учащихся, то сейчас студентам предоставляется большая свобода действий в выборе учебных пособий, поиска информации и способов ее обработки. И именно в этой ситуации необходимо владение умениями критического мышления, что подразумевает «вдумчивое отношение к происходящему».

Традиция обучения критическому мышлению была введена американским философом, психологом и педагогом Джоном Дьюи (1859–1952), широко признанным отцом критического мышления в образовании. Д. Дьюи считал, что критическое мышление возникает тогда, когда обучающиеся начинают заниматься конкретной проблемой. Бенджамин Блум, американский педагог-психолог (1913–1999), предложил модель, которая теперь называется Таксономией Блума. Таксономия – теория классификации и систематизации сложно организованных областей действительности, обычно имеющих иерархическое строение. Таксономия образовательных целей – система педагогических целей, внутри которой выделены их категории и последовательные уровни (иерархия).

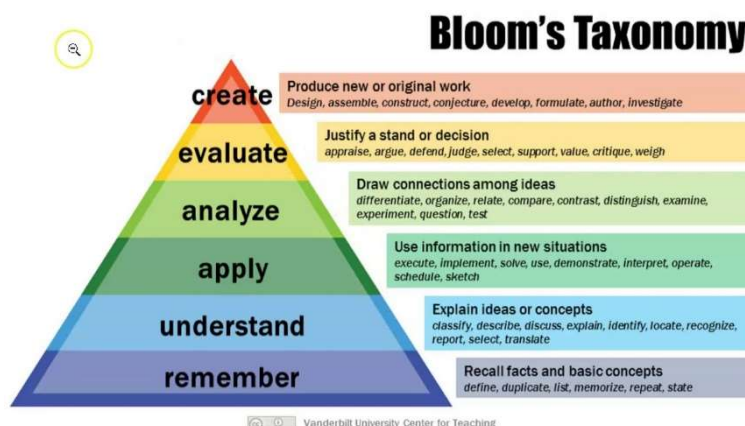
Данная таксономия используется для описания навыков критического мышления (Critical Thinking Skills), задействованных в образовании, исследованиях и психологическом развитии в любом возрасте. Она включает шесть основных интеллектуальных навыков, которые присущи человеку, но которые необходимо развивать в течение всей жизни, чтобы стать настоящими навыками. Он представил их в виде пирамиды: создание, оценка, анализ, применение, понимание, запоминание (сверху вниз).

Навыки критического мышления Блума подразделяются на CTS нижнего уровня, нацеленные на сбор информации (запоминание, понимание, применение), и CTS более высокого уровня, направленные на обработку информации (анализ, оценка, создание).

Блум представил свою таксономию в 1950-х годах, чтобы отличать запоминание от мышления и продвигать более высокие формы обучения в образовании, такие как анализ и оценка концепций, процессов, процедур и правил, а не просто запоминание фактов. Этот революционный подход сильно изменил британское и американское университетское образование, поскольку он означал переопределение не только принципов преподавания, но также содержания и структуры лекций и учебников [Ной 2007].

В то же время трудно отрицать, что любая классификация сложного явления упрощает его, чтобы сделать понятным и облегчить процесс его реконструкции и моделирования. В самом деле, можно утверждать, что любая попытка разбить когнитивные процессы на четкие классификации является в некотором смысле искусственной, поскольку она подрывает целостный и взаимосвязанный характер познания. В самом деле, если посмотреть на любые две категории таксономии Блума, трудно воспринимать их как полностью отдельные и независимые.

Однако образование основано на моделировании природных, социальных и психологических процессов, чтобы лучше понять и воспроизвести их. Это касается преподавания и изучения иностранных языков, а также любой другой интеллектуальной деятельности или академической дисциплины.



Какое влияние развитие критического мышления оказывает на обучение иностранному языку?

Анализируя ряд современных учебников ELT для школьников и взрослых, можно увидеть, что задачи в них обычно начинаются с одного из общих глаголов, которые относятся к урокам английского языка в классе или дома, например describe, discuss, compare, finish, define, choose, decide, outline, plan, recommend и т. д. Глаголы могут быть связаны с моделью Блума, поскольку каждый глагол относится к определенному навыку критического мышления:

Remember: list, recite, outline, define, name, match, quote, recall, identify, label, recognize.

Understand: describe, explain, paraphrase, restate, give original examples of, summarize, contrast, interpret, discuss.

Apply: calculate, predict, apply, solve, illustrate, use, demonstrate, determine, model, perform, present.

Analyse: classify, break down, categorize, analyze, diagram, illustrate, criticize, simplify, associate

Evaluate: choose, support, relate, determine, defend, judge, grade, compare, contrast, argue, justify, support, convince, select, evaluate.

Create: design, formulate, build, invent, create, compose, generate, derive, modify, develop.

При изучении английского языка эти лексические парадигмы помогают учащимся изучать словарный запас. Эти лексические наборы систематизируют действия, помогая учащимся рассказать или написать о фактах, числах, идеях или результатах. Первые три группы задач более распространены, потому что они отражают навыки мышления более низкого порядка.

Учителя иностранных языков сталкиваются с ними в своей работе на всех уровнях и со всеми возрастными группами учащихся. Последние три группы упражнений относятся к навыкам более высокого порядка, которые можно развить на более высоких лингвистических уровнях, поскольку они относятся к более сложным идеям, требующим более сложных средств выражения. Следует отметить, что преподаватель вряд ли попросит ученика начальной школы или даже взрослого новичка ранжировать, расставлять приоритеты или оценивать объекты или процессы на английском языке. Однако, нет строгой взаимосвязи между знанием языка и когнитивной функцией. Если одно и то же действие (категоризация, расстановка приоритетов или оценка) выполняется с использованием карточек с картинками, дети и взрослые учащиеся низкого уровня будут с удовольствием участвовать в нем. Эти довербальные или полудовербальные задания распространены в современных материалах для студентов ELT, поскольку они помогают им выучить язык, одновременно активизируя свои умственные способности. Очевидно, что языковое развитие детей идет рука об руку с их когнитивным развитием.



Возникающая потребность не только в обучении учащихся, но и в развитии их рассуждений, творческих способностей, генерации идей и выстраивания логических связей требует от учителя современного подхода к своим занятиям, требует более тщательной и предварительной подготовки к различным предстоящим занятиям. Таксономия Бенджамина Блума направлена на оказание практической помощи современному педагогу, который понимает важность мышления высокого уровня в современном образовании.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Воевода Е. В. Критическое мышление как культурный феномен / Е. В. Воевода // Язык и коммуникация в контексте культуры : сборник статей по материалам 7-й Международной научно-практической конференции, 21–22 мая 2012 г. – Рязань: РГУ им. С.А. Есенина, 2012. – С. 120–126.
2. Мерзлякова Т. Ю. Критическое мышление. Что это? / Т. Ю. Мерзлякова. – Режим доступа: [http:// festival.1september.ru/articles/415219](http://festival.1september.ru/articles/415219), свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 15.08.21).
3. Туласынова Н. Ю. Развитие критического мышления студентов в процессе обучения иностранному языку : автореф. дис. ... канд. пед. наук / Н. Ю. Туласынова. – Якутск : Изд-во ЯГУ, 2010.
4. Халперн, Д. Психология критического мышления / Д. Халперн. – СПб. : Питер, 2000.
5. Bloom B. S. Taxonomy of Educational Objectives / B. S. Bloom, M. D. Englehart, E. J. Furst, W. H. Hill, D. R. Krathwohl. – New York : Logmans, 1956.

### ИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ И ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ

Куйшугулова Е.С.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** В статье рассматриваются индивидуальный и дифференцированный подходы как способ повышения качества образования за счет учета специфики индивидуального стиля студента. Эффективность применения дифференциации на уроках иностранного языка раскрывается с точки зрения гуманистической парадигмы, предполагающей признание саморазвития человека как высшей ценности.

**Ключевые слова:** индивидуализация, дифференциация, стилевой подход, образование, иностранный язык

**Abstract.** *The article considers individual and differentiated approaches as a way to improve the quality of education by taking into account the specifics of the individual style of the student. The effectiveness of the application of differentiation in foreign language lessons is revealed from the point of view of the humanistic paradigm, which assumes the recognition of human self-development as the highest value.*

**Keywords:** *individualization, differentiation, style approach, education, foreign language*

Интеллектуальный ресурс является важнейшим фактором роста эффективности и конкурентоспособности экономики любой страны, в том числе и России. Сегодня, как и вчера, ценность образования безукоризненна и выдвигается на первый план во многих сферах жизнедеятельности общества. В связи с этим регулярное совершенствование образования необходимо и выдвигает перед педагогической наукой сложные и ответственные задачи, связанные с научным обоснованием целей, содержания, средств и методов учебно-воспитательной деятельности. Выполнение этих задач возможно лишь на основе вовлечения в исследовательскую сферу проблем, обусловленных реальными потребностями общественного развития. Особый интерес представляет проблема владения иностранным языком.

Расширяющаяся динамика развития мирового сообщества обуславливает необходимость детального рассмотрения педагогических аспектов проблемы формирования межкультурной коммуникации учащейся молодежи, поскольку оптимальное решение вопросов межличностного и деятельностного общения во многом определяет эффективность совместного взаимодействия людей в гуманитарной плоскости человеческой культуры.

Изучение иностранных языков всегда диктовалось общественной потребностью, однако, оно никогда не приобретало такого актуального значения, как сейчас, в силу интернализации и глобализации всех сфер деятельности человека. Внезапное и радикальное изменение социальной жизни нашей страны, ее «открытие» и стремительное вхождение в мировое – в первую очередь западное – сообщество «оживило» языки, вернуло их к жизни, сделало их реальным средством разных видов общения, число которых растет с каждым днем вместе с ростом научно-технических средств связи [Гураль 2016: 37].

Основная задача преподавания иностранных языков в университете в настоящее время – это обучение языку как реальному и полноценному средству общения между специалистами разных стран – общения в разных формах: как в письменной, так и в устной. Но даже при изучении языков уровень владения зависит не только от материала преподавания, но и от качества усвоения информации [Гураль 2016: 35].

Каждый человек осваивает мир (воспринимает, понимает и объясняет происходящее) в рамках того стиля, который у него сложился.

И в этом кроется своего рода опасность: иногда человек не в состоянии себе представить, что можно по-другому видеть, осмысливать, оценивать события (объекты, ситуации, других людей, мир в целом) [Холодная 2012: 60]. Для обозначения индивидуальных различий в познавательной деятельности студентов в условиях профессионального обучения было введено понятие «стиля учения». Стиль учения – это индивидуально-своеобразные способы усвоения информации в учебной деятельности (в более широком понимании – присущие данному студенту устойчивые способы взаимодействия с образовательным пространством, частью которого он является). Таким образом, стили учения (или индивидуально-своеобразные способы учебной деятельности) по своей природе непосредственно зависят от особенностей образовательной технологии (в том числе отличительных характеристик учебной ситуации и своеобразия учебной мотивации обучаемого, а также методов обучения, типа учебника, позиции преподавателя, статуса образовательного учреждения). В свою очередь, индивидуальные способы учебной деятельности вырабатываются под влиянием присущих изучаемому познавательных стилей (стилей кодирования и переработки информации, постановки и решения проблем, познавательного отношения к миру) [Алексеев 1983: 45].

Применительно к обучению в высшей школе стиль учения – это проявление персонального познавательного стиля студента на данном уровне его сформированности в конкретной учебной ситуации, своеобразии которого, в свою очередь, зависит от особенностей организации индивидуального ментального опыта данного студента. Именно поэтому решение задачи интеллектуального воспитания студентов – в том числе создание условий для развития и сохранения уникальности склада ума каждого студента – неотрывно связано с обогащением ментального опыта студентов в процессе обучения [Алексеев 1983: 89].

Неповторимость, индивидуальность понимается как свойство, производное от биологической уникальности человека, некая «социализированная форма биологической «уникальности» человека» [Алексеев 1983: 17]. Индивидуальные социально-психологические качества формируются в процессе деятельности и общения на базе индивидуально-психологических свойств и психофизиологических предпосылок. Считается, что свойства индивидуальности являются как бы связующими в системе понятий «организм» и «личность», так как они, с одной стороны, базируются на нейрофизиологических характеристиках организма, а с другой стороны, являются внутренними условиями формирования социально-психологических качеств личности. Эта связующая функция индивидуально-психологических свойств позволяет сделать вывод, что, «индивидуальность составляет центр личности, ее внутреннее ядро» [Алексеев 1983: 21].

Следует заметить, что понятия «способный», «малоспособный», «среднеспособный» являются не абсолютными, а относительными,

позволяющими сравнивать учеников. Абсолютная неспособность к иностранному языку представляется определенной патологией и не встречается у психически здоровых людей. Малоспособный к иностранному языку студент – это студент с неразвитыми способностями к данному предмету. Развивать их можно и нужно. Таким образом, можно сказать, что при обучении иностранному языку целесообразно и эффективно опираться на подход стилевого поведения, поскольку при его применении учитываются индивидуальные качества студента и способы усвоения информации.

В определенных условиях (в частности, в условиях действия строгих норм традиционного обучения, инновационного обучения в режиме «конфликта стилей» и т. п.) складывающиеся у студента некоторые способы учебной деятельности могут затормозить или даже заблокировать механизмы стилевого поведения. напротив, если обучение в максимальной мере расширяет репертуар способов учебной деятельности (независимо от того, является ли оно традиционным или инновационным), это ведет к обогащению стилевой сферы интеллекта студента. При этом в рамках формирования персонального познавательного стиля нарастают эффекты гибкости интеллектуального поведения в самых разных учебных ситуациях (с точки зрения возможности перехода от одного способа познавательной деятельности к другому, от более сложных приемов переработки информации – к более простым, от субъективно предпочитаемых форм обучения – к нормативным и т.д. [Холодная 2012: 59].

Индивидуализация обучения подразумевает использование стилевого подхода в разработке и реализации учебного процесса. Существуют два варианта индивидуализации образовательного процесса: внешняя и внутренняя дифференциация [Кирсанов 2019: 124]. Внешняя дифференциация предполагает отбор обучаемых под определенный тип обучения (сложность учебной программы, профильный характер образовательного процесса, ориентация на элитарный уровень подготовки и т. д.).

Внутренняя дифференциация предполагает учет индивидуальных познавательных возможностей каждого обучаемого в рамках общего для всех гетерогенного образовательного пространства — вариативного, разнообразного с точки зрения своего содержания и видов учебной деятельности (в том числе с использованием современных педагогических и информационных технологий) [Бутузов 2018: 8].

Таким образом, мы видим, что применение дифференцированного подхода на уроках иностранного языка позволяет решить коммуникативную задачу с учетом специфики не только предмета, но и индивидуального стиля каждого студента. Дифференцированное обучение способствует удовлетворению личности учебно-воспитательным процессом путем адаптации последнего к особенностям обучающихся, их темпу продвижения, специфике памяти, мышления, а также учету

интересов и познавательных потребностей студентов, что удовлетворяет определению термина “стилевой подход”. Соответственно, задача учета индивидуальных стилей студентов в процессе обучения трансформируется в задачу формирования персонального познавательного стиля, которая, в свою очередь, является одним из аспектов интеллектуального воспитания студентов в условиях современного образовательного пространства.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Алексеев А. А. Поймите меня правильно, или Книга о том, как найти свой стиль мышления / А. А. Алексеев, Л. А. Громова. – СПб. : Экономическая школа, 1983.
2. Бутузов И. Т. Дифференцированное обучение – важное дидактическое средство эффективного обучения школьников / И. Т. Бутузов. – М., 2018.
3. Гураль С. К. Новые цели обучения иностранным языкам в контексте становления личности в многоязычном обществе / С. К. Гураль, Е. В. Конева // Личностное и профессиональное развитие будущего специалиста : материалы XII Международной научно-практической Internet-конференции. – Тамбов : Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина, 2016. – С. 34–38.
4. Кирсанов А. А. Индивидуализация учебной деятельности как педагогическая проблема / А. А. Кирсанов. – Казань, 2019. – 124 с.
5. Холодная М. А. Сенсорно-эмоциональный опыт как когнитивная составляющая в структуре индивидуального интеллекта / М. А. Холодная // Психологические проблемы индивидуальности. Вып. 1. – Л. : Изд-во ЛГУ, 2012. – С. 59–61.

### CASE-МЕТОД КАК ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ УСЛОВИЕ РАЗВИТИЯ АВТОНОМИИ УЧАЩЕГОСЯ НА УРОКЕ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Муратова Н.Р.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** В статье рассматривается применение case-метода как педагогического условия развития автономии учащегося и представляются кейсы, разработанные для использования на уроках английского и испанского языков и предназначенные для работы со студентами вуза.

**Ключевые слова:** автономия учащегося, case-метод, педагогическое условие

**Abstract.** The article considers application of case-method in the process of developing learner autonomy, and presents examples of cases in English and Spanish, designed to use in language learning.

**Keywords:** *learner autonomy, case-method, pedagogical condition*

Для развития автономии учащихся используются такие методы, как языковое портфолио [Mikhaleva, Levashkina 2016], [Горшенева, Зайцева 2020], ролевая игра [Baranovskaya, Shaforostova 2018], обучение с помощью средств компьютера – Computer-Assisted Language Learning (CALL) [Mutlu, Eroz 2013], изучение иностранного языка с помощью корпусов текстов [Oveshkova 2018], обучение с помощью мобильных средств – Mobile Assisted Language Learning (MALL) [Hazaeva, Alzubi 2018]. Мы предлагаем использовать case-метод для развития учебной автономии.

Поскольку автономные учащиеся должны уметь определять цели, содержание, этапы, методы, темп, время, место, а также способы своего обучения, при работе с кейсами учащиеся имеют возможность выбирать содержание и темпы обучения при поиске информации в источниках, благодаря чему они становятся более автономными.

Мы разработали четыре кейса для развития автономии учащихся: два на английском языке и два на испанском языке. Первые два кейса - закрытого типа, для решения проблем студентам не нужно искать дополнительную информацию, в третьем и четвертом кейсах открытого типа студенты, чтобы решить проблему, должны искать дополнительную информацию в открытых источниках, например, в интернете. В составе кейсов даны текст-описание проблемной ситуации и лексико-грамматические задания. Все кейсы мы предлагаем использовать к концу прохождения темы, для закрепления изученного материала. В результате кейса студенты могут выбрать сами, в каком виде представить решение проблемы - в виде презентации, видеоролика и др. Предоставление данного выбора будет способствовать развитию автономии студентов. Работа с кейсами может проводиться как индивидуально, так и в малых группах.

Первый кейс – на английском языке – разработан для студентов 2 курса, обучающихся по программе «Педагогическое образование», для дисциплины «Практика устной и письменной речи». Тема – «Можно ли совмещать работу и учебу?». Текст кейса представляет собой рассказ, описание ситуации, с которой столкнулся студент, при этом сама проблема не сформулирована явно. Студенты должны, прочитав текст, определить, какая проблема имеется в данной ситуации, сформулировать её, а затем предложить решения.

В кейсе предлагается комплекс лексико-грамматических заданий, включающий упражнение на заполнение пропусков в тексте кейса, вопросы, проверяющие понимание содержания текста кейса, упражнение на фразовые глаголы на тему «Работа и учёба», - два грамматических упражнения на сравнение времен Present Perfect и Past Simple, одно упражнение на разницу в использовании Present Continuous и Present Simple.

### Кейс № 1

Read the text and complete the gaps.

Sam Daniels is 19 years old, and he is a second-year student of the University. He \_\_\_\_\_(live) in a small town in Ohio with his parents and a little sister. His mother \_\_\_\_\_(lose, recently) her job, so his father has to pay all their family loans by himself. Sam \_\_\_\_\_(study) Teaching English as a second language at the university. He \_\_\_\_\_(enjoy) his studies; he \_\_\_\_\_(realize) that this is something he would like to do for a living because, as he understood by doing the internship, he enjoys teaching. A year ago, Sam \_\_\_\_\_(take up) a new hobby — he edits videos with music and does it well, as his friends and classmates say. Although it's not very easy to do with his old laptop, which is about 10 years old and \_\_\_\_\_(take) ages to do all the operations. This is the beginning of a new semester and at the end of the last one, he \_\_\_\_\_(have) a lot of projects to make for his studies — presentations, video projects, and online assignments. He could barely submit all his papers on time and get through his exams because of his old laptop. Since he was very stressed during last end-of-semester exams, he \_\_\_\_\_(not want) this to happen again.

1. Find the expressions in the text with the meaning below and write them down in the table:

To start doing something	
Require a lot of time	
To have as a job	
To pass an exam	

2. Complete the sentences with correct forms of Present Perfect or Past Simple.

1. Mary \_\_\_\_\_(pass) her exams a month ago.
2. Apple \_\_\_\_\_(present) its brand-new model of phone.
3. Greg \_\_\_\_\_(eat) all the food and the fridge is empty now!
4. He \_\_\_\_\_(take) the test this morning, but he doesn't know the results yet.
5. She \_\_\_\_\_(eat) her breakfast.
6. Leon Theremin \_\_\_\_\_(invent) thereminvox.

3. Match the sentences from ex.2 with the sentences:

Present Perfect		Past Simple	
Unfinished period of time		Finished period of time	
New or recent action		An old happening	
An action connected with present		An action happened in the past and not connected with the present time	

4. Complete the sentences with correct forms of Present Continuous or Present Simple.

1. I \_\_\_\_\_ (wait, always) for you, why can't you come early?
  2. Erin \_\_\_\_\_ (work) day and night, she has a project to prepare for in a moth.
  3. Bob \_\_\_\_\_ (study always) hard.
  4. His parents \_\_\_\_\_ (live) in Oklahoma.
  5. She \_\_\_\_\_ (read) lots of books for her Literature exam.
  6. We \_\_\_\_\_ (get) together and \_\_\_\_\_ (watch) films every weekend.
  7. She \_\_\_\_\_ (speak) with her old friend.
  8. They \_\_\_\_\_ (not, speak) Japanese.
  9. She \_\_\_\_\_ (get) ready for the prom.
  10. He only \_\_\_\_\_ (wear) black clothes.
5. Answer the questions:
- 1) What is Sam's problem?
  - 2) What can Sam do to solve his problem? Describe the steps he can take to solve the problem.

Второй кейс закрытого типа – на испанском языке. Кейс предназначен для студентов начинающего уровня, второго курса, в рамках изучения предмета «Практический курс второго иностранного языка». Тема кейса – «Свободное время». Упражнения в данном кейсе направлены на отработку лексики по темам «числительные» и «время». В грамматическом упражнении необходимо заполнить пропуски в тексте глаголами, во втором упражнении нужно найти числа, записанные в тексте кейса буквами и заполнить таблицу с данными числами, во втором задании нужно решить арифметические примеры с числительными, в третьем - заполнить пропуски в предложениях числительными. В четвертом задании требуется ответить на вопросы по содержанию кейса, составить расписание девочки, и составить решение проблемы.

## Кейс № 2

Lean el texto y escriban las palabras en la forma correcta.

Lola es una niña de doce años y \_\_\_\_\_ (vivir) en Zaragoza con sus padres. Ella \_\_\_\_\_ (ser) una excelente estudiante y le \_\_\_\_\_ (gustar) aprender, participa activamente en todas las actividades escolares y es la presidenta de la clase. A ella también le \_\_\_\_\_ (encantar) bailar y pintar, por lo que asiste a clases de danza y pintura. Recientemente, como activista, le asignaron en la escuela un proyecto ambiental que \_\_\_\_\_ (debe) completar en un mes. Ahora el control y las pruebas están comenzando en su escuela. Ella \_\_\_\_\_ (volver) a casa a las cuatro en punto, inmediatamente se va a bailar o pintar, según el día de la semana. El club de baile \_\_\_\_\_ (tener) lugar tres veces por semana de cinco a seis horas, los lunes, miércoles y viernes, y el club de dibujo tiene lugar los



lunes y jueves de seis a siete horas. Para completar el proyecto, Lola debe quedarse en la escuela dos veces por semana, durante dos horas. La profesora le dijo que quedaba poco tiempo y que debería dedicar más tiempo al proyecto.

1. Completen el cuadro:

	Número	Número como texto
Número de años		
Vuelve a casa		
El club de baile: veces por la semana		
El club de baile empieza		
El club de baile termina		
El club de dibujo: veces por la semana		
El club de dibujo empieza		
El club de dibujo termina		
Quedarse en la escuela: veces por semana		
Quedarse en la escuela: durante ... horas		

2. Escriban los números:

1. Seis+cuatro=
2. Veinte-cinco=
3. Dieciséis+uno=
4. Dos\*siete=
5. Dieciocho/tres=
6. Trece+cuatro=
7. Diecinueve-nueve=
8. Doce/tres=
9. Once-ocho=
10. Ocho+cinco=

3. Escriban los números:

1. Marco tiene \_\_\_\_\_ hijas, María y Raquel
2. Los gatos tienen \_\_\_\_\_ vidas.
3. Un año tiene \_\_\_\_\_ meses.
4. Hay \_\_\_\_\_ días en una semana.
5. El \_\_\_\_\_ es un número de mala suerte y el \_\_\_\_\_ es un número de buena suerte.
6. En Rusia, los escolares estudian durante \_\_\_\_\_ años.

7. A los \_\_\_\_\_ años te consideran un adulto.

4. Respondan a las preguntas.

1) ¿Cuál es el problema?

2) Hagan un horario de las responsabilidades de Lola. 3) Escriban una solución de problema de las etapas.

Третий кейс - открытого типа, для работы со студентами 2 курса по предмету «Практика устной и письменной речи». Тема – «здоровый образ жизни». Кейс предполагает поиск информации в интернете на английском языке для решения проблемы. Поскольку для написания рекомендаций для решения проблемы студентам потребуются модальные глаголы *should* и *had better*, к кейсу также прилагаются упражнения на данные глаголы. В первом упражнении нужно заполнить пропуски в предложениях соответствующим модальным глаголом, *should* или *had better*, во втором упражнении - заполнить пропуски в грамматических правилах на данные модальные глаголы. В третьем задании студенты должны ответить на вопросы и составить своё решение проблемы.

### Кейс № 3

Read the text.

It's been 7 months since Meghan has worked as a journalist in the newspaper she always dreamed of working. For the first month, she couldn't believe it was true. She felt she was in the right place, she finally made her long-lasting dream come true! At the work, she has to edit articles, research, meet with editors, photographers, designers. It's a lot of work to do, and often she works overtime, stays late in the office, or takes the work home and sometimes works even on weekends, and she hasn't had a proper weekend for this entire period. But it's okay because she loves her job so much! About 2 weeks ago, she noticed she had a tremor. She couldn't finish one article on time because while writing it, she suddenly fell asleep and slept for 8 hours straight. She didn't meet her friend Angela in a while because they had quarreled: Meghan had been angry and irritated because of the workload and had told her mean words. It got hard for her to get herself working—she doesn't want to do it, as well as concentrate on the task.

1. Complete the sentences with *should* or *had better*:

1. You \_\_\_\_\_ take these pills if you want to get better.

2. Adults \_\_\_\_\_ sleep 6-8 hours to be in good health.

3. You are always in front of your computer, you \_\_\_\_\_ spend less time playing "Minecraft".

4. She \_\_\_\_\_ relax about this situation if she doesn't want to be low.

5. Doctors say that 10 minutes of physical activity every day is extremely good for your health, so you \_\_\_\_\_ do exercises.

6. You \_\_\_\_\_ wear masks if you don't want to catch Covid.

7. What \_\_\_\_\_ I do when I feel dizzy?

8. I \_\_\_\_\_ not stay up all night or I will be late for work.

9. When she ate oysters last time, she had a stomachache. She \_\_\_\_\_ not eat them now.

10. You \_\_\_\_\_ overthink these symptoms, just go and see a doctor.

2. Complete the rules:

1) We use \_\_\_\_\_ to refer to the present or the future, to talk about actions we think people should do or which are desirable in a specific situation. We normally shorten it to \_\_\_\_\_ in informal situations. It is followed by the infinitive without to. \_\_\_\_\_ is a strong expression. We use it if we think there will be negative results if someone does not do what is desired or suggested.

2) We often use \_\_\_\_\_ to give advice and make suggestions. \_\_\_\_\_ comes first in the verb phrase (after the subject and before another verb). The negative form of \_\_\_\_\_ is \_\_\_\_\_. We don't use don't, doesn't, didn't with \_\_\_\_\_

3. Answer the questions:

1. State Meghan's problem.

2. How can you solve it?

3. Look for information on the Internet on how to help Meghan. Write down recommendations to help Meghan improve this situation and present them to the class.

Четвертый кейс открытого типа на испанском языке предназначен для студентов второго курса, изучающих испанский язык в рамках предмета «Практический курс второго иностранного языка». Тема – «Покупки» и «Продукты питания». Первое упражнение - найти и записать слова, обозначающие продукты питания, в тексте, во втором задании - распределить слова по трём категориям - завтрак, обед и ужин. В третьем упражнении даны рецепты трех блюд, нужно дополнить рецепты этих блюд названиями продуктов, в четвертом - записать, в чем заключается проблема, и представить её решение.

#### **Кейс № 4**

Carlos está en su segundo año de la universidad como ingeniero, tiene 19 años. Ahora es solo mediados de mes, el 15 de abril, y solo le quedan 30 euros. Los padres solo podrán enviarle dinero el 1 de mayo, pero no puede trabajar porque sus estudios son demasiado pesados. Durante los últimos dos meses, ha viajado en taxi en lugar de transporte público y ha comido en cafés casi a diario. De comida en su refrigerador, solo un poco de carne, un par de huevos, medio paquete de leche. Básicamente, está acostumbrado a comprar alimentos en línea en los supermercados. Además, Carlos quiere empezar a comer alimentos saludables.

1. Respondan a la pregunta.

¿Qué nombres de alimentos hay en el texto?

2. Organicen estas palabras en categorías y completen el cuadro.

Pan, café, té, jugo, helado, agua, sal, pimienta, carne, pescado, pájaro, verduras, frutas, carne de vaca, petróleo, queso, chocolate, azúcar, patatas, zanahoria, cebolla, manzana, aceite, huevo, leche, tomate, pepino

Desayuno	Almuerzo	Cena
...	...	...

3. Completen las recetas.

1. Sopa

\_\_\_\_\_ - 400 g

\_\_\_\_\_ - 3-4 piezas

\_\_\_\_\_ - 2,5 litros

\_\_\_\_\_ - 1 ud.

\_\_\_\_\_ - 1 pieza

\_\_\_\_\_, especias - al gusto

2. Ensalada rusa:

3 \_\_\_\_\_ medianas

3-4 \_\_\_\_\_

4-5 \_\_\_\_\_ blancos

350 g de carne

450 g de guisantes en lata

5-6 encurtidos

5 brotes de cebollas verdes

1 manojo de eneldo

250 g de mayonesa (preferiblemente casera)

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ negro (especias) - al gusto

3. Café

\_\_\_\_\_ 150 ml

\_\_\_\_\_ : al gusto

canela o chocolate rallado al gusto

50 ml de \_\_\_\_\_

4. Respondan a las preguntas

1. ¿Cuál es el problema?

2. Sugiera una solución a este problema y descríbala en detalle.

Работа со всеми перечисленными кейсами включает следующие этапы: 1) чтение текста; 2) выполнение лексических и грамматических упражнений; 3) формулирование проблемы на основе текста; 4) разработка решения сформулированной проблемы; 5) только в кейсах открытого типа - поиск информации для решения проблемы; 6) презентация решения в выбранной форме.

Кроме того, чтобы case-метод более эффективно способствовал развитию автономии учащихся, мы считаем, что нужно соблюдать определенные принципы при составлении кейсов:

- Необходимо поощрять самостоятельную оценку и оценивание студентами работ друг друга, к примеру, промежуточные результаты можно предоставить оценивать самим студентам, это будет способствовать их навыкам оценивания собственной работы;
- Необходимы ясные и четкие критерии оценивания, для того чтобы результаты работ не были оценены необъективно;
- Нужно поощрять целеполагание - студенты должны определять промежуточные цели и оценивать реальность их достижения;
- Необходимо обучение основным стратегиям - метакогнитивным, когнитивным.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Горшенева И. А. Возможности использования метода проектов при обучении английскому языку профессионального общения / И. А. Горшенева, С. Е. Зайцева // Вестник экономической безопасности. – 2020. – № 3.
2. Baranovskaya T. Learner autonomy through role plays in English language teaching / T. Baranovskaya, V. Shaforostova // Journal of Language and Education. – 2018. – № 4 (16).
3. Hazaea A. Impact of Mobile Assisted Language Learning on Learner Autonomy in EFL Reading Context / A. Hazaea, A. Alzubi // Journal of Language and Education. – 2018.
4. Mikhaleva L. V. The necessity to organize learner autonomy in the process of acquiring foreign language / L. V. Mikhaleva, Z. N. Levashkina // Язык и культура. – 2016. – № 3 (35).
5. Mutlu A. The Role of Computer-Assisted Language Learning (CALL) in Promoting Learner Autonomy / A. Mutlu, B. Eroz // Egitim Arastirmalari – Eurasian Journal of Educational Research. – 2013. – № 13. – P. 107–122.
6. Oveshkova A. N. Work with English corpora as a means of promoting learner autonomy / A. N. Oveshkova // Образование и наука. – 2018. – № 8.

## АУТЕНТИЧНЫЕ ТЕКСТЫ: ХАРАКТЕРИСТИКИ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ

Прокофьева А.С.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** Данная статья посвящена аутентичным текстам: их характеристикам и образовательному потенциалу. В статье рассматривается понятие аутентичного текста, его формы и характеристики. Аутентичный текст изучается с точки зрения его влияния на образовательный процесс, на развитие коммуникативного навыка. В статье представлены преимущества, которые дает использование аутентичных материалов, в обучении иностранным языкам.

**Ключевые слова:** аутентичный текст, коммуникативный навык, речевое общение, культура, естественный язык, мотивация

**Abstract.** This article is devoted to authentic texts: their characteristics and educational potential. The article discusses the concept of an authentic text, its form and characteristics. An authentic text is studied from the point of view of its influence on the educational process, on the development of communication skills. The article presents the advantages of using authentic materials in teaching foreign languages.

**Keywords:** authentic text, communication skill, verbal communication, culture, natural language, motivation

На сегодняшний день в методике преподавания иностранных языков проблема текста рассматривается как одна из важных. Текст является значимой единицей обучения иностранным языкам, так как он способствует получению студентами знаний о стране изучаемого языка, а также развитию коммуникативного навыка. Как писал американский лингвист Д. Хаймс, который ввел в 1972 году понятие коммуникативной компетенции, для эффективного речевого общения, помимо овладения корпусом языка и различными речевыми навыками, необходимо также знание «культурных и социально-значимых обстоятельств» [цит. по: Азимов 2009: 98]. В рамках коммуникативного подхода целью изучения иностранного языка является его дальнейшее использование в процессе живого общения. Отсюда и возникает необходимость в поиске оригинальных материалов, являющихся продуктом реального общения носителей языка.

Тексты, на основе которых строится обучение иностранному языку, можно разделить на искусственно созданные учебные тексты и аутентичные. D. Little, S.Devitt и D. Singleton под аутентичными текстами понимают тексты, произведенные для того, чтобы выполнить некий социальный заказ при изучении языка, не написанные специально для изучающих второй язык [цит. по: Киян [www](http://www)].

Г.И. Воронина определяет аутентичные тексты как тексты, заимствованные из коммуникативной практики носителей языка. Ею выявлено два вида аутентичных текстов, представленных различными жанровыми формами: **функциональные**, выполняющие инструктирующую, поясняющую, рекламирующую или предупреждающую функцию (указатели, дорожные знаки, вывески, схемы, диаграммы, рисунки, театральные программки и пр.), и **информативные**, выполняющие информационную функцию и содержащие постоянно обновляющиеся сведения (статьи, интервью, опрос мнений, письма читателей в печатные издания, актуальная сенсационная информация, объявления, разъяснения к статистике, графике, рекламе, комментарий, репортаж и пр.) [Воронина 1999: 23.]. То есть, исходя из выше представленного определения, аутентичные тексты не создаются с целью обучения. Аутентичные тексты – это тексты, созданные носителями языка для носителей языка для неучебных целей.

Е.В. Носонович и Р.П. Мильруд разработали следующие параметры аутентичного учебного текста. Они рассматривают совокупность структурных признаков такого текста, отвечающего нормам, принятым носителями языка. Согласно их мнению, такой текст представляет собой аутентичный дискурс (текст, взятый в событийном аспекте), который характеризуется естественностью лексического наполнения и грамматических форм, ситуативной адекватностью используемых языковых средств, иллюстрирует случаи аутентичного словоупотребления [Носонович, Мильруд 1999: 7].

Помимо вышеупомянутых критериев аутентичности Р.П. Мильруд и Е.В. Носонович отмечают, что материал для обучения должен также соответствовать следующим требованиям:

1. Соответствие возрастным особенностям учащихся и их речевому опыту в родном и иностранном языках.
2. Содержание новой и интересной для учащихся информации.
3. Представление разных форм речи.
4. Наличие избыточных элементов информации.
5. Естественность представленной в нем ситуации, персонажей и обстоятельств.
6. Способность материала вызвать ответный эмоциональный отклик.
7. Желательно наличие воспитательной ценности [Носонович, Мильруд 1999: 12].

Исходя из требований к аутентичному тексту, стоит отметить, что в образовательных целях не всегда бывает целесообразно использовать неадаптированные аутентичные тексты. Часто аутентичный материал проходит адаптацию под уровень обучающегося, и такие тексты называются учебно-аутентичными. Отечественные методисты Носонович Е.В. и Мильруд Р.П. полагают, что учебно-аутентичный текст обладает следующими свойствами:

1. Культурологическая аутентичность (изучение иностранного языка на основе текстов формирующих представление о самобытности жизни носителей изучаемого языка);

2. Информативная аутентичность (изучение иностранного языка на основе текстов содержащих информацию, подобранную в соответствии с возрастными характеристиками обучающихся);

3. Ситуативная аутентичность (создание реальной коммуникативной ситуации, которая предполагает естественное обсуждение выбранной темы);

4. Аутентичность национальной ментальности (изучение иностранного языка на основе аутентичных текстов с последующим объяснением целесообразности или её отсутствия в использовании того или иного выражения на иностранном языке);

5. Реактивная аутентичность (складывается на основе впечатлений учащихся в процессе прочтения аутентичных текстов);

6. Аутентичность оформления (соответствие оформления текста в учебном пособии и его оформления в оригинале, с целью привлечения внимания учащихся, облегчения понимания коммуникативной задачи текста);

7. Аутентичность учебных заданий к текстам (выполнение школьниками заданий на понимание основного содержания текста, его структурно-смысловых связей, лексико-грамматического аспекта) [Носонович, Мильруд 1999: 10].

При выборе аутентичных материалов для изучения иностранных языков в школе учитываются следующие характерные особенности учащихся: возраст учащихся, их языковой уровень, актуальность информации представленной в тексте, стиль речи, аутентичность ситуации, экспрессивность языкового материала, воспитательная направленность.

В качестве недостатков учебно-аутентичных текстов могут быть выделены следующие:

- трудный язык для восприятия и понимания школьниками;
- лексические единицы не соответствующие изучаемой теме;
- присутствие различных диалектов, что может усложнять работу с текстовым материалом;
- быстрое устаревание новостной информации [Азарова [www](http://www)].

О.Н. Киян выделяет три аспекта рассмотрения аутентичных текстов лингвистический, социокультурный и психологический.

В лингвистическом аспекте аутентичные тексты характеризуются своеобразием лексики: в них присутствует много местоимений, частиц, междометий, слов с эмоциональной окраской, словосочетаний, рассчитанных на возникновение ассоциативных связей, фразеологизмов, модных слов; и своеобразием синтаксиса: краткость и неразвернутость предложений, фрагментарность, наличие структурно-зависимых предложений, употребленных самостоятельно. Также возможна



недосказанность, обрыв начатого предложения, предпочтение отдается простым предложениям.

Социокультурный фон реализуется через продуктивный словарный запас, в который входят наиболее коммуникативно-значимые лексические единицы, распространенные в типичных ситуациях общения, в том числе оценочная лексика для выражения своего мнения, разговорных клише, а также слов с национально-культурным компонентом: фоновая лексика, безэквивалентная лексика, реалии, связанные с отдыхом, времяпрепровождением, досугом, реалии повседневной жизни. Они позволяют проникнуть в иную национальную культуру, овладеть повседневной лексикой носителей языка.

В психологическом аспекте в таких текстах находит свое выражение деятельностная структура говорения. Текст выступает, с одной стороны, как продукт говорения и является способом речевого воздействия на читающего, с другой стороны, он выступает как объект смысловой обработки и создает необходимое содержание и коммуникативную базу для развития говорения: он обладает коммуникативной целостностью, благодаря которой отвечает познавательным и эмоциональным запросам учащихся, активизирует их мыслительную деятельность [Киян [www](http://www)].

Исходя из представленных характеристик аутентичных текстов, а также трех аспектов, в которых они рассматриваются, можно сделать вывод об образовательном потенциале таких текстов. С позиции лингвистики ресурсом для аутентичных текстов являются тексты оригинального языка, что позволяет обучающимся ознакомиться с лексическими единицами и грамматическими структурами естественной иноязычной коммуникации. Аутентичные тексты объективируют особенности культуры носителей языка, перенять их нормы и модели речевого поведения. Использование аутентичных материалов содействует пробуждению познавательной мотивации, т.е. учащиеся знакомятся с неизвестными фактами из современной жизни страны изучаемого языка, что вызывает их интерес. Кроме того, учащиеся осознают, что они обращаются к источнику информации, которым пользуются носители языка. Это повышает практическую ценность владения иностранным языком. Чтение аутентичных материалов не только требует знания реалий, культуры, образа жизни страны изучаемого языка, но и становится ценным источником этих знаний. Использование на уроке аутентичных материалов обеспечивает учащимся ситуацию повседневной жизни страны изучаемого языка с ее культурой, проблемами, традициями. Таким образом, необходимо подчеркнуть, что обучение естественному иностранному языку возможно лишь при условии использования материалов, взятых из жизни носителей языка или составленных с учетом особенностей их культуры и менталитета в соответствии с принятыми и используемыми речевыми нормами.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Азарова Д. И. Аутентичный текст как средство формирования лингвострановедческой компетенции учащихся средней школы / Д. И. Азарова // Мир педагогики и психологии: международный научно-практический журнал. – 2020. – № 12 (53). – Режим доступа: <https://scipress.ru/pedagogy/articles/autentichnyj-tekst-kak-sredstvo-formirovaniya-lingvostranovedcheskoj-kompetentsii-uchashhikhsya-srednej-shkoly.html>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 26.08.2021).
2. Азимов Э. Г. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) / Э. Г. Азимов, А. Н. Щукин. – М. : ИКАР, 2009. – 448 с.
3. Воронина Г. И. Организация работы с аутентичными текстами молодежной прессы в старших классах школ с углубленным изучением иностранного языка / Г. И. Воронина // ИЯШ. – 1999. – № 2. – С. 23–25.
4. Киян О. Н. Аутентичность как методическая категория в обучении иностранному языку / О. Н. Киян. – Режим доступа: <http://files/konf/antropos/SECTION/4/KIYAN.htm>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 09.06.2019)
5. Носонович Е. В. Параметры аутентичного учебного текста / Е. В. Носонович, Р. П. Мильруд // Иностранные языки в школе. – 1999. – № 1. – С. 18.
6. Носонович Е. В. Критерии содержательной аутентичности учебного текста / Е. В. Носонович, Р. П. Мильруд // Иностранные языки в школе. – 1999. – № 2. – С. 6–12.

## ПРОБЛЕМЫ ПРЕПОДАВАНИЯ ФОНЕТИКИ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА НА НАЧАЛЬНОМ ЭТАПЕ В ВУЗЕ

Акимова О.В., Александрова Д.В.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** В статье рассматриваются наиболее распространенные проблемы обучения фонетики китайского языка в университете, такие как обучение отдельным звукам, тонам, ритмическому и логическому ударению, а также предлагаются пути их решения и вместе с системой упражнений для тренировки отдельных навыков.

**Ключевые слова:** фонетика китайского языка, артикуляция, интонация, речевой аппарат, регистр, ритмическое ударение, логическое ударение, преподавание фонетики

**Abstract.** The article highlights the most common problems of teaching the phonetics of the Chinese language to university students, such as teaching individual sounds, tones, rhythmic and logical stress. The article

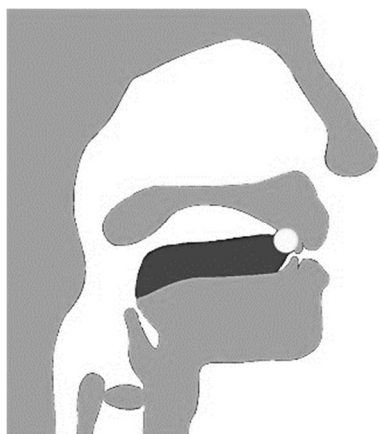
*provides some strategies of teaching pronunciation and several exercises for improving pronunciation skills.*

**Keywords:** *chinese phonetics, articulation, intonation, speech apparatus, register, rhythmic stress, logical stress, phonetics teaching*

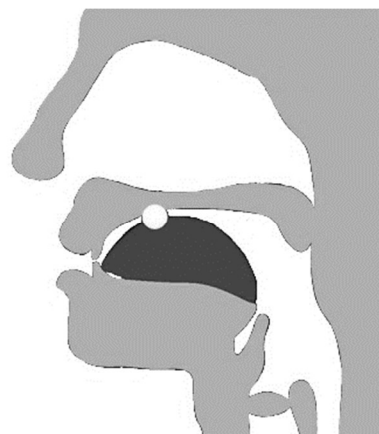
В настоящее время китайский язык изучается на многих направлениях подготовки, таких как лингвистика, востоковедение, регионоведение, менеджмент и т.д. На каждом из направлений подготовки, вне зависимости от его специализации стоит задача овладения китайским языком для осуществления профессиональной деятельности. Овладение любым языком в свою очередь включает овладение фонетикой, лексикой, грамматикой и стилистикой. Поскольку фонетический аспект языка на наш взгляд занимает ведущее место в языковой системе, очень важно заложить хорошую базу у студентов на начальном этапе. При этом, не на языковых специальностях, и специальностях, где китайский язык изучается как второй иностранный, время на освоение языка сокращается в несколько раз. Кроме того, даже на языковых специальностях китайский язык изучается всего 4 или 5 лет, поэтому в таких условиях обучение ставит цель как можно больше усвоить лексики по разным тематикам, набрать как можно больше словарного запаса. В связи с этим времени на овладение фонетической системой и навыками произношения может уделяться меньше. Обучение фонетике происходит параллельно обучению лексике и грамматике, хотя целесообразнее на начальном этапе уделять больше времени фонетике, проводить вводно-фонетический курс как минимум 2 месяца.

Помимо сжатых сроков на формирование произносительных навыков существует ряд других проблем. Так, например, первая проблема заключается в выборе подхода в обучении произношению. Существует три подхода: 1. артикуляторный, 2. акустический и 3. дифференцированный [Масловец 2017: 55-57]. Наиболее популярным подходом является дифференцированный, при котором используются речедвигательный, слуховой и зрительный анализаторы, большое внимание уделяется аудированию и не исключается возможность объяснения артикуляции звуков [Масловец 2017: 58]. Данный подход уместен для обучения студентов неязыковых специальностей, а вот для обучения студентов лингвистов стоит начать с артикуляционного, постепенно переходя на акустический. При обучении китайскому языку важно правильно поставить артикуляцию. Необходимо сначала изучить работу органов артикуляции при произнесении каждого звука, а потом отработать каждый звук в отдельности и только после этого перейти на отработку звуков в системе упражнений. Иногда работа органов артикуляции игнорируется, обучение начинается с произнесения звуков, повторении за преподавателем и отработки их в упражнениях. Освоение произносительной системы китайского языка является первоочередной задачей, так как артикуляционные аппараты совершенно разные.

В русском артикуляционном укладе присутствует вытянутость губ вперед, тогда как в китайском губы плотнее прижаты к губам и несколько напряжены. В отличие от русского артикуляционного уклада, где язык обычно кончиком упирается в нижние зубы при приподнятой передне-средней части к небу, для китайского языка характерно несколько отодвинутое назад ровное положение языка (язык не касается неба и тем более зубов) при загнутом кончике языка вверх, к альвеолам [Каверина 1998: 83]. Другими словами, положение органов артикуляционного аппарата в покое разное.



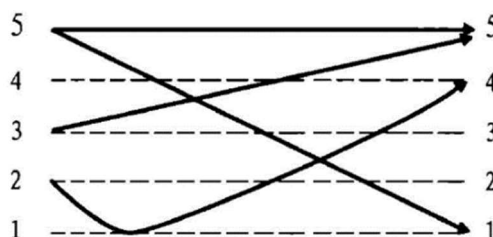
Артикуляционный уклад  
китайского языка



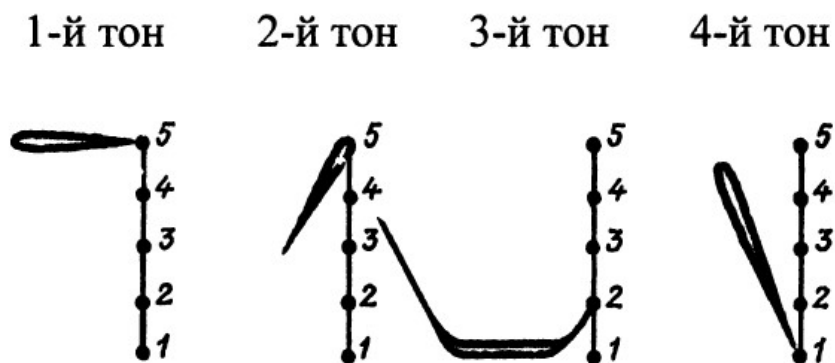
Артикуляционный уклад  
русского языка

Кроме того, существуют еще другие принципиальные различия. В отличие от русской, для китайской характерна меньшая подвижность губ и большая напряженность; лабиализованных гласных намного меньше; апиальная артикуляция; артикуляция гласных в задней части; согласные отличаются большей напряженностью [Каверина 1998: 83–84].

Второй проблемой является тоновая система китайского языка. Поскольку в русском языке нет тонов, то овладение тоновой системой китайского языка требует большего внимания и тренировки. Кроме того, в большинстве учебников, как китайских, так и отечественных схема тонов обозначена неверно.



В действительности тоновый рисунок как должен выглядеть как на данной конфигурации.



Кроме того, мало где затрагивается информация о полутретьем тоне, схема которого выглядит следующим образом (2-1):



В своем полном виде третий тон встречается очень редко, только перед паузой в предложении (конец предложения и начало нового, между частями сложного предложения). В других случаях третий тон произносится как полутретий.

Кроме того, объяснение тонов зачастую подается на примитивном уровне. Чаще всего преподаватели объясняют тоны следующим образом: «1 тон нужно пропеть, 2 тон произносить как будто мы удивлены или спрашиваем, 3 тон мы произносим как будто нам приятно или как в слове «угу», 4 тон произносим как будто мы злые или упали в яму» (из личных наблюдений авторов). Данные объяснения не отражают сущность тонов китайского языка. На произнесение того или иного тона влияет высота регистра, интенсивность и длительность [Спешнев 2016: 18-22]. Так, 1 и 2 тон являются тонами высокого регистра, а 3 и 4 тоны – низкого, что достигается напряжением и расслаблением голосовых связок.

При обучении фонетике также стоит обращать внимание на тренировку сочетания тонов, так как во всех учебниках, кроме учебников по фонетике, подобных упражнений очень мало. Как правило, после изучения тонов сразу переходят к тренировке модуляции тонов. Однако тренировка комбинаций словосочетаний тонов (всего 20 вариантов комбинаций) помогает избежать проблемы, когда в потоке речи тона произносятся неправильно. Наиболее частые ошибки в произнесении

тонов: не соблюдение необходимой длины тона, не соблюдение правил изменения тонов, не соблюдение тонов к концу фразы, не соблюдение нужной высоты второго тона, не соблюдение «опускания» четвертого тона, «опускание» первого тона, маленькая амплитуда третьего тона, произнесение полного третьего тона вместо неполного третьего, повышение голоса на этапе завершения произнесения четвертого тона, ошибки в самих комбинациях тонов.

Русскоязычные учебные пособия, используемые при преподавании китайского языка, не располагают системой упражнений в полной мере способствующих постановке фонетических навыков, как правило, в данных учебниках можно встретить лишь упражнения, суть которых заключается в повторении слогов и отдельно взятых слов за диктором. Поэтому при преподавании китайского языка на начальных этапах часто приходится заимствовать материалы из китайской учебной литературы, так как создатели китайских учебников уделяют большее внимание параллельному развитию навыков произношения и аудирования.

В рабочих тетрадях по аудированию задания по степени сложности можно разделить на несколько уровней. Сначала учеников знакомят с отдельными звуками (простыми инициалами и финалями) и базовыми принципами тонообразования, постепенно вводя сложные финали и инициали, а также комбинации словосочетаний тонов. Первая часть урока предполагает выполнение упражнений на повторении изученных звуков и слогов за диктором, в дальнейшем упражнения усложняются, ученикам предлагают заполнить пробелы нужными инициалами или финалями. На третьем этапе урока используются задания, в которых нужно проставить тоны в словах. Четвертый этап предполагает отработку базовых интонационных рисунков.

В учебнике Практический курс китайского языка под редакцией А.Ф. Кондрашевского много информации об интонационных рисунках в китайских предложениях, но, к сожалению, нет упражнений на их отработку.

В китайском языке интонационными средствами служат регистровые возможности языка и как частный случай – особый способ произнесения тона последнего слога синтагмы или предложения [Спешнев 2016: 123]. При преподавании фонетики китайского языка необходимо учитывать, что к интонационным средствам специалисты относят и лексические средства выражения интонации, такие как междометия, имеющие огромное число вариаций произношения.

Кроме того к интонационным средствам китайского языка принято относить: мелодику, смещение регистра, паузу, ритмическое и логическое ударение, темп [Спешнев 2016: 123-138].

Говоря о смещении регистра, выделяют: общее смещение регистра вверх с некоторым дополнительным повышением в конце предложения, например, при выражении удивленного вопроса или сомнения, восклицания (призыва), переспроса, приказания и постепенное

понижение регистра характерное для выражения восклицания, просьбы, серьезно-торжественной интонации, убежденности.

В качестве упражнений на отработку смещения регистра в китайском предложении, мы предлагаем ученикам список фраз, ученику требуется определить эмоции и намерения говорящего в каждой конкретной фразе, определить какой тип смещения регистра будет в предложении, затем нужно прослушать аудиозапись, проанализировать ответы и повторить сказанное за диктором.

Однако не стоит забывать о том, что в речи происходит постоянное изменение эмоциональной окраски, поэтому и регистровые модуляции могут быть представлены разными типами в пределах даже одного предложения [Спешнев 2016: 125].

В данных случаях мы предлагаем студентам упражнения, в которых предусматривается использования одного предложения в ответ на различные ситуации, в дальнейшем совместно анализируем, как смещался регистр в зависимости от эмоциональной направленности ситуации.

Другим основополагающим интонационным средство является ритм китайского предложения. Ритмическая организация китайского текста весьма своеобразна и сложна, при этом значение ритмической организации для успешного овладения разговорной речью огромно. Ритмически неверное построение предложения даже при точном произнесении звуков и тонов сильно затрудняет правильно его восприятие [Спешнев 2016: 126].

Каждое китайское предложение может быть разделено на ритмические группы, которые представляют собой сочетание безударных и слабоударных слов, объединяющихся вокруг одного слова, несущего ритмическое ударение. Ритмические группы имеют определенную фонетическую структуру и на письме нередко отделяются знаками препинания. Межакцентные интервалы при этом стремятся к уравниванию, характеризуясь при этом протяжностью в 3–4 слога [Спешнев 2016: 126–127].

В качестве упражнения на тренировку ритмического ударения мы предлагаем провести ритмическое членение предложений, с последующим анализом результатов и повторением за диктором. При отработке ритмического ударения важно уделять внимание скорости воспроизведения. Ритмических группы в первых уроках должны состоять из трех-четырех слогов и шести-семи в последующих, предложения должны содержать различные комбинации тонов.

С понятием ритмического ударения связано понятие паузы в китайском языке, так как отработка использования данных интонационных средств сопряжена между собой. В речевом потоке представлены различные виды пауз: грамматические, логические. Длительность грамматической паузы определяется различными знаками препинания, наибольшая длительность наблюдается при таких знаках как точка, вопросительный знак, восклицательный знак, несколько меньшую

длительность имеют точка с запятой, запятая и каплевидная запятая, паузы при двоеточии, многоточии и тире может варьироваться [Спешнев 2016: 131].

Логические паузы выделяют наиболее важное с точки зрения логики предложения слово. Такая пауза может быть и на стыке ритмических групп, практически выделенным такой паузой может быть любое слово, где бы оно ни стояло.

Для отработки пауз предлагаются упражнения похожие по своей структуре на упражнения, направленные на отработку ритмического ударения. Кроме того, мы считаем, что целесообразно выполнять упражнения, напоминающие по своей структуре диктант. Ученикам раздают заранее приготовленный текст, в котором они должны отмечать паузы вслед за прослушиванием теста.

Резюмируя вышеизложенное, можно сделать вывод, что процесс обучения фонетике китайского языка один из сложнейших аспектов содержания обучения китайскому языку, поэтому на начальных этапах целесообразно уделять фонетике как можно больше внимания, что в дальнейшем будет способствовать успешному формированию не только навыков произношения и аудирования, но и разговорной речи.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Каверина В. В. Обучение русскому произношению лиц, говорящих на китайском языке (на основе сопоставительного анализа китайской и русской фонетических систем) / В. В. Каверина // Язык, сознание, коммуникация: Сб. научных статей, посвященный памяти Галины Ивановны Рожковой – М. : Диалог-МГУ, 1998. – Вып. 6. – С. 78–92.
2. Кондрашевский А. Ф. Практический курс китайского языка. Пособие по иероглифике. Часть I. Теория : учебник / А. Ф. Кондрашевский. – М. : Издательский дом ВКН, 2018. – 140 с.
3. Масловец О. А. Основы обучения китайскому языку в вузе и в школе: учебное пособие / О. А. Масловец. – М. : Издательский дом ВКН, 2017. – 264 с.
4. Спешнев Н. А. Введение в китайский язык: Фонетика и разговорный язык : учебник / Н. А. Спешнев. – Санкт-петербург : КАРО, 2016. – 256 с.
5. Ding Chongming. Xiandai hanyu yuyin jiaocheng / Chongming Ding. – Beijing: Peking university press, 2005. – 293 p.
6. Wang Ruojiang. Hanyu Zhengying Jiaocheng / Ruojiang Wang. – Beijing : Peking university press, 2011. – 291 p.
7. Yang, Jizhou. Hanyu jiaocheng Di y ice (shang) / Jizhou Yang. – Beijing : Beijing language and culture press, 2009. – 157 p.



## THE EFFECTIVENESS OF MASS MEDIA IN TEACHING ENGLISH

Polatov S.B., Seitova M.E.  
Turkistan, Kazakhstan

**Abstract.** *This article aims at analyzing the importance of using Mass Media in the classroom and finding the ways how to use Printed and Audio-visual Media. It is the result of an in-depth study, surveys and questionnaires thus trying to make the ideas in this article more trustworthy. It is based not only on the literature review but also on long personal experience. It is a brief description of some practical examples and some tips for novice teachers. Furthermore, this article tends to deal with some of the key issues of using media in the classroom.*

**Keywords:** *massmedia, multimedia, visual learning*

Using various kinds of Media in the classroom has always been a challenge, and how to bring these Media in the classroom is more than a challenge. Students and teachers should be able to use in their classrooms different media through different technologies [Davies 1992].

Media provide teachers and students with creative and practical ideas. They enable teachers to meet various needs and interests of their students.

They also provide students with a lot of language practice through activities using newspapers, magazines, radio, TV, movies, books, Internet, etc, and tasks which develop reading, writing, speaking and listening skills. They entertain students and encourage reading English in general, both inside and outside the classroom, promoting extensive reading by giving the students the confidence, the motivation and the ability to continue their reading outside the classroom.

Bearing in mind all these features and positive input of Media in Education I thought to undertake this study to give my modest contribution to the enhancement of teaching and learning English. I undertook a lot of surveys, questionnaires and interviews to make this issue more persuasive and more practical for the students. Based on my experience and the study in this field I also aimed at giving some practical advice and tips how to use Media in the classroom. As classroom teachers it is necessary to bring mass media in our classrooms exactly for all these reasons mentioned above. We should understand the media, the messages they give and their influence upon us, how to explore this abundant information and create a continuum of the liveliness media create in the life of people and why not in the classrooms where students spend a lot of their time [Garrett 1991].

It has been almost ten years that the following questions have always been in my mind:

1. How can Media help my students speak more?
2. How can classroom Media presentations help my students speak freely?

3. How can I help my students not to forget what they learn through Media?

4. How can we exploit a piece of learning material offered by various Media?

Through my research work on a this project and my long experience with students and teachers I have found some answers to the above questions but I am sure there are many other ways, hundreds to maximize the effectiveness of Media in the classroom.

Here are some findings and answers to the questions:

1. Media provide huge information, they motivate students to speak and help them integrate listening, reading, talking and writing skills, through various kinds of activities.

2. A clear example are Power Point presentations which help students speak freely, eye contact, organize ideas. Through Media Presentations there is more communication and collaboration among students, while working with the pages of a book is more individual, less collaborative and less interactive.

3. There is so much information available at the click of a mouse but at the same time you have the feeling that there is little memory space in the brain and students may forget everything, so, try to select the most important things and review and review till they are located in the long-term memory.

4. We can exploit a piece of learning materials offered by various Media in several different ways through: analyzing a text in the book, reading and generating ideas from a text in the newspaper or magazine, watching and discussing a TV program or a movie, classroom presentations, exercises and activities using various kinds of Media, pair and group work, reconstructing the text based on the above information brought from different Media, engaging students in useful writing and revision activities, etc. [Gavin Dudeney 2003].

Once we mention the phrase “Multimedia in Education” it comes to our mind technology, computer, Internet, etc. On one hand we are right because nowadays the phrase “Technology in Education” has become the ‘buzz’ word in every educational environment. We the university teachers should think how to help student teachers to use Media successfully in their future career, especially think of what is practically hidden behind them.

On the other hand, “Multimedia in Education” does not only mean computer and internet. We should not forget the use of other media, as each of them gets priority every now and then while being used in the classroom.

Why is the Media Important? Media are important because we get to know the world through using them; we understand the world and try to change it.

“We live in a world where media are omnipresent. An increasing number of people spend a great deal of time watching television, reading

newspapers and magazines, playing records and listening to the radio...” [Jane Sherman 2002].

Media Education is important because it develops students’ creative powers for those images, words and sounds that come to the students from various Media. Thus, creating more active and critical media users, who will always be more demanding in the future? Media Education has to do with film and television, press and radio, their impact on the students’ progress. It has to do with what to teach through media, when and how. Its aim is to enable students to develop critical thinking, analyzing and reflecting on their experiences while using various means of Media [Marion Geddes 1988].

In the classroom the students may be put into groups to discuss what is going on in the world and what they predict they are going to listen to. The teacher or one of the students may write all the predictions on the black-board.

- The first step might be to listen to the headlines, several times, as they are short, but convey a lot. Then the teacher may ask the students to identify which of the stories they predicted are included in the headlines.

- Then ask the students various questions about, what has happened? Where did it happen? How many different stories have you heard for the same event? etc.

- Then let the students listen to the news bulletin 2-3 times and then give them time to discuss about the above questions. In the meantime the teacher may explain any key vocabulary. We know that it is difficult, but if we can make copies of the news bulletin, it would be possible to organize follow-up activities. Students may transcribe certain stories, use dictionaries to check the meaning of unknown words, group words according to various fields, etc. They may also compare the language of the news bulletin with the language of a newspaper of the same date and the same topic.

So, we can organize listening and reading comprehension activities.

At last the students may report on what they have listened to. There might be tens of different activities using radio in the classroom. We have practiced these procedures with such topics as: The War in Iraq, Pollution and Environment, Global Warming, Weather Report, Poverty, Holidays, etc. [Merill Paul 2002].

### **Conclusion**

Multimedia helps us teachers make teaching and learning visual (easy for visual learners). A picture not only tells a thousand words but it also helps students improve their thinking and observation skills, it promotes imagination, etc. Playing the video with or without the subtitles enhances visual learners. Radio (playing the audio) helps auditory learners learn better. Listening to the tape and then having the script is a clear combination that helps visual and auditory learners.

By using various kinds of Media in the classroom we can enhance students’ understanding and promote it where necessary. The use of audio

and video with student teachers is crucial also in giving feedback and training, in Reflective Teaching, in analyzing and synthesizing, in tracking students' progress over time, in editing certain options, in testing, in peer coaching, etc. Media can help with many issues such as: motivation, clarity, recycling, drafting, revising, editing, variety, mixed-ability classes, updating information in the textbook, giving life and color to classroom procedures and methods, thus at the same time helping the students improve accuracy and fluency. There are a lot of issues that can or cannot be solved by media. Internet has three main educational uses. It serves as a source of information, a place for collaboration, and a place to learn and publish. Some years ago it was thought that the computers would substitute the teachers but it did not work. Learning and teaching through computers is an alternative approach that stresses the student's use of computers to solve real-world problems while learning. But however sophisticated it might be, teachers will never be replaced.

**“The work was carried out with the financial support of the Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan in the framework of the scientific project AR09261132“.**

## REFERENCES

1. Davies P. Multimedia Support for Studies in FL and Culture' / P. Davies. – IBM, 1992.
2. Garrett. Technology in the Service of Language Learning / Garrett // Modern Language Journal. – 1991.
3. Gavin Dudeney. The Internet and the Language Classroom / Gavin Dudeney. – CUP, 2003.
4. Marion Geddes. Practical steps of Mass media - in the Language Classroom / Marion Geddes. – Heinemann, 1988.
5. Merrill Paul. Computers in Education / Merrill Paul. – Allyn & Bacon, Boston, MA, 2002.
6. Sherman Jane. Using press in the Language Classroom / Jane Sherman. – CUP, 2002.

## ФОРМИРОВАНИЕ РЕЧЕВОЙ КОМПЕТЕНЦИИ УЧАЩИХСЯ НА УРОКАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В УСЛОВИЯХ ДИСТАНЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Ахмедова А.М.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** В статье рассматривается специфика использования методики дистанционного формирования речевой компетенции учащихся старшей школы на примере мультимедийного пособия по английскому языку, разработанного автором.

**Ключевые слова:** дистанционное обучение, формирование, эффективность, мотивация

**Abstract.** The article considers the specifics of using the method of distance formation of speech competence of high school students on the example of an English multimedia manual worked out by the author.

**Keywords:** distance learning, development, efficiency, motivation

В целях обучения иностранному языку, в частности английскому, необходимо придерживаться определенной методики. Большинство учащихся, по различным причинам, испытывает затруднения при запоминании новых лексических единиц, из чего следует, что разумное применение методики играет важную роль.

Согласно ФГОС выделяются следующие задачи при изучении иностранного языка:

- 1) сформировать мотивацию изучения иностранных языков и стремление к самосовершенствованию в образовательной области «Иностранный язык»;
- 2) осознать возможности самореализации средствами иностранного языка;
- 3) стремиться к совершенствованию собственной речевой культуры в целом;
- 4) сформировать коммуникативную компетенцию в межкультурной и межнациональной коммуникации;
- 5) развить такие качества, как воля, целеустремленность, креативность, инициативность, эмпатия, трудолюбие, дисциплинированность;
- 6) сформировать общекультурную и этническую идентичность как составляющих гражданской идентичности личности;
- 7) стремиться к лучшему осознанию культуры своего народа и готовность содействовать ознакомлению с ней представителей других стран; толерантное отношение к проявлениям иной культуры; осознание себя гражданином своей страны и мира;
- 8) готовность отстаивать национальные и общечеловеческие (гуманистические, демократические) ценности, свою гражданскую позицию [ФГОС 2010, № 1897].

Лексический навык – важное определение в развитии языковой компетенции иностранного языка. Лексический навык – способность осуществлять автоматически и самостоятельно ряд действий и операций, связанных с вызовом слова из долговременной памяти и с сопоставлением его с другой лексической единицей» [Цветкова 2002: 86].

Этапами формирования любых навыков являются «отрезки времени, отличающиеся друг от друга по своим задачам и способам обучения» [Миньяр-Белоручев 1996: 240]. Количество этапов формирования лексических навыков может достигать от двух до трех единиц. Например, в работах А. Н. Щукина встречается характеристика двух этапов формирования лексических навыков: введение лексики и активизация «умений использовать слова и словосочетания для построения высказываний» [Щукин 2003: 204].

В настоящее время начинает активно развиваться новая форма обучения – дистанционная. В современном мире информационные технологии внедрились во все сферы жизни человека, и сфера образования не является исключением. На сегодняшний день использование интернет технологий и дистанционного обучения не является чем-то новым. Такая форма обучения позволяет взглянуть на процесс получения образования с другой стороны. Сегодня ни одна область деятельности человека не функционирует без информационных технологий, что значит, что у таких технологий очень высокий потенциал. Активное использование таких технологий в образовании определило место дистанционному обучению [Матвиюк 2011: 183–184]. Существует ряд принципов, на которых строится дистанционное обучение. Так, например, П.В. Скулов считает, что оно носит в себе два основополагающих принципа:

- свободный доступ, т.е. право каждого, без вступительных испытаний, начинать учиться и получить среднее или высшее образование;
- дистанционность обучения, т.е. обучение при минимальном контакте с преподавателем, с упором на самостоятельную работу [Скулов 2001: 194-197] .

Для того, чтобы проверить эффективность применения ИКТ в процессе формирования речевой компетенции мы провели экспериментальную работу, включающую в себя три этапа:

1. констатирующий, определяющий исходный уровень знаний учащихся;
2. формирующий, выявляющий экспериментальным путем возможности использования информационно-коммуникационных технологий как средств оптимизации процесса формирования речевой компетенции; на данном этапе экспериментальной части была подготовлена и проведена система заданий с использованием технических средств обучения (интерактивная доска, интернет, проектор, персональный компьютер);

3. контрольный – итоговое диагностирование уровня владения речевой компетенцией учащимися экспериментальной группы и выявление возможной динамики развития речевой компетенции.

В качестве экспериментальной группы был выбран 11-й класс, в количестве 11 человек. Учащиеся занимаются по учебно-методическому комплексу «Spotlight – 11» («Английский в фокусе – 11»), авторами которого являются Е. Ю. Афанасьева, Д. Дули, И. В. Михеева, Б. Оби, В. Эванс.

В ходе нашей работы мы изучили эффективность применения ИКТ на уроках английского языка в процессе формирования устных речевых навыков, поскольку по уровню владения данными умениями можно определить сформированность иноязычной коммуникативной компетенции.

Для осуществления поставленной перед нами практической цели было необходимо выявить начальный уровень сформированности иноязычной речевой компетенции у учащихся экспериментальной группы.

При первичном диагностировании проводилась разработка и отбор критериев и параметров оценки уровня сформированности речевой компетенции, а также определялся уровень владения речевой компетенцией.

В соответствии с поставленными задачами мы использовали следующие методы: метод тестирования; метод наблюдения; метод беседы.

На основе указанных методов мы составили три диагностики:

Диагностика № 1 «Контроль уровня владения умениями устной монологической речи». Учащимся предлагалось описать один из предлагаемых трех рисунков (на выбор), на котором изображены тематические ситуации. Максимальное количество баллов за данное задание – 7.

Диагностика № 2 «Контроль уровня владения умениями устной диалогической речи». Она представляла собой контроль уровня владения умениями устной диалогической речи, а именно способность учащихся осуществлять речевое взаимодействие друг с другом. Учащимся было предложено сравнить две картинки, найти у них все возможные сходства и различия, а затем составить диалог с опорой на образец (клише). За данное задание каждый участник диалога может получить максимум 7 баллов.

Диагностика № 3 «Контроль уровня владения речевыми образцами и речевыми клише», которая являлась контролем уровня владения умения употреблять речевые обороты и речевые клише по вышеперечисленным темам, была проведена в виде теста, состоящего из нескольких заданий (каждый правильный ответ теста был оценен в 1 балл):

Материал для диагностик был отобран нами самостоятельно, а критерии и параметры оценки речевой деятельности учащихся руководствовались критериями из оценивания ЕГЭ 2020 по английскому

языку, а также из методического пособия Е.Н. Солововой [Соловова 2008: 238].

Итоги диагностик были распределены по уровням сформированности речевой компетенции:

50–56 баллов – высокий уровень владения речевой компетенцией;

40–50 баллов – средний уровень владения речевой компетенцией;

27–39 баллов – низкий допустимый уровень владения речевой компетенцией;

26 баллов и ниже – низкий недопустимый уровень владения речевой компетенцией.

Таким образом, на констатирующем этапе эксперимента нами было выявлено, что:

21 % учащихся экспериментальной группы имеют высокий уровень владения речевой компетенцией;

33 % учащихся экспериментальной группы имеют средний уровень владения речевой компетенцией;

18 % учащихся экспериментальной группы имеют низкий допустимый уровень владения речевой компетенцией.

27 % учащихся экспериментальной группы имеют низкий недопустимый уровень владения речевой компетенцией.

После проведения качественного анализа результатов первичного диагностирования у учащихся экспериментальной группы обнаружился ряд пробелов в знаниях, а именно: недостаточный словарный запас; неверное интонационное оформление вопросительных предложений; неправильное произношение некоторых слов из-за незнания правил чтения; ошибки в грамматическом оформлении речи, а именно: порядок слов в предложении и употребление грамматических времен; неспособность начать, закончить и правильно ответить на заданный вопрос ввиду незнания речевых образцов и речевых клише.

После проведения первичного диагностирования и анализа полученных данных мы приступили к формирующему этапу нашего исследования, целью которого являлось выявление экспериментальным путем возможности использования ИКТ на уроках иностранного языка как средство оптимизации процесса формирования речевой компетенции. Для достижения поставленной цели, а также для комплексного решения выявленных проблем, нами была подготовлена и проведена система занятий нашего методического пособия “¡You speak!” с использованием таких ИКТ, как персональный компьютер, проектор, интерактивная доска, Интернет. ПК, проектор и интерактивная доска использовались на уроках для развития навыков монологической и диалогической речи. На интерактивную доску выводились изображения, которые учащиеся должны были описать, и образцы диалогов для отработки изученных речевых клише.

В данной статье рассматривается одна из тем разработанного нами мультимедийного пособия “¡You speak!” *“Having Good Health”*.



Выбор данной темы обусловлен её наибольшими общими характеристиками с феноменом дистанционного обучения, поскольку недавняя необходимость перейти на такой формат обучения по всей стране обусловлена сохранением нашего здоровья. Несмотря на то, что в этом учебном году школы все-таки вернулись к очному обучению, до сих пор присутствуют некоторые ограничения, строгие правила, которых обязаны придерживаться как ученики, так и работники образовательных учреждений.

Ввиду всех этих изменений не только в сфере образования, и в образе жизни каждого из нас, тема здоровья станет одной из самых обсуждаемых в наши дни. Дабы наши студенты могли поддержать разговор во время любых бесед с их иностранными знакомыми мы разработали несколько заданий, с помощью которых учащиеся смогут пополнить свой словарный запас по данной лексике, выучить несколько актуальных идиом, связанных со здоровьем и «познакомиться» с мнением известных людей по вопросу «Что вы понимаете под «хорошим здоровьем»?

Первое задание сделано в формате «мозгового штурма». Учащиеся с помощью предлагаемого нами клише высказываются по вопросу «Что для меня значит иметь хорошее здоровье?»:

Затем их вниманию предлагаются мнения знаменитых людей на этот счет. В первую очередь им предстоит заполнить пропуски словами, данными в кроссворде (номер слова соответствует номеру предложения). Ключевое слово – пропуск в последнем предложении, которому в итоге нужно будет уделить особое внимание:

Now you are to look at the opinions of famous people on this issue. Are there any that are more or less close to your own point of view? First you should fill the gaps by the words given in the crossword. The missing word/words of the last quote is the key word.

1. Good health is not something we can \_\_\_\_\_. However, it can be an extremely valuable savings account. (Anne Wilson Schaef)

2. To be stupid, selfish, and have good health are three requirements for happiness, though if stupidity is \_\_\_\_\_, all is lost. (Gustave Flaubert)

3. To keep the body in good health is a \_\_\_\_\_... otherwise we shall not be able to keep our mind strong and clear. (Buddha)

4. \_\_\_\_\_ good health should be the primary focus of everyone. (Sangram Singh)

5. Fashions come and go, but good health is a treasure to \_\_\_\_\_. (Ammy Virk)

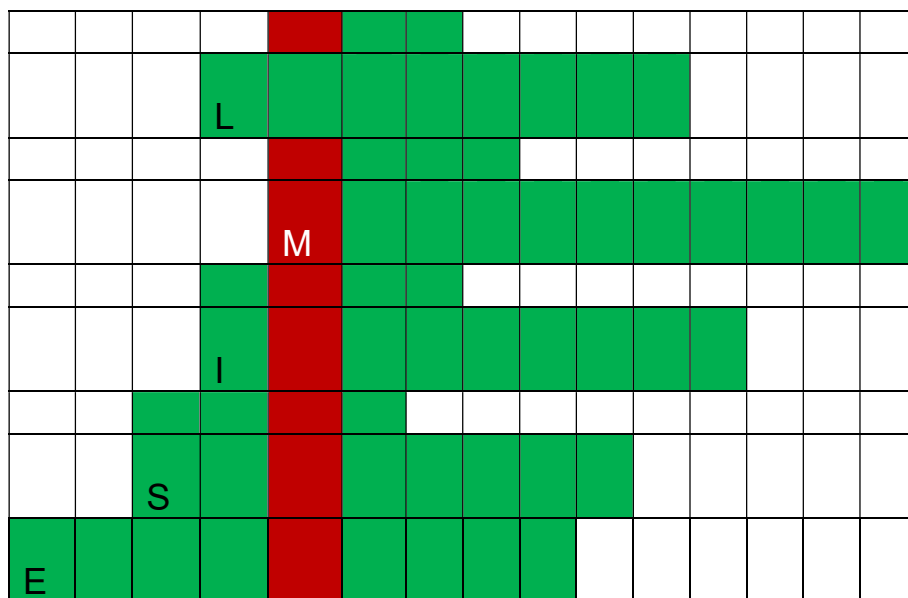
6. There's nothing more \_\_\_\_\_ than our good health - that's our principal capital asset. (Arlen Specter)

7. To enjoy the \_\_\_\_\_ of good health, you must exercise. (Gene Tunney)

8. Calm mind brings inner \_\_\_\_\_ and self-confidence, so that's very important for good health. (Dalai Lama)

9. In the midst of these hard times it is our good health and good sleep that are \_\_\_\_\_. (Knute Nelson)

10. Happiness is nothing more than good health and a \_\_\_\_\_. (Albert Schweitzer)



1. you always do that in shops;  
cance or value;

2. not available or in short supply;  
or heat;

3. obligation; responsibility;  
being physically strong;

4. a synonym of "continuing", "supporting";  
"lovely"

5. a synonym of "to continue", "to support"; **a key word is** \_\_\_\_\_

6. sth of great signifi-

7. steady radiance of light

8. the quality or state of

9. synonym of "pleasant",

Далее представляется небольшое видео с 3мя новыми английскими идиомами о здоровье, но прежде чем перейти к его просмотру ученикам придется самим их «составить», то есть соединить начало и конец идиомы и подумать о ее значении. Видеоролик лишь подтверждает, верны ли были их предположения или нет. Для закрепления данных фразеологизмов в речи учащимся предлагается составить свои примеры предложений с их употреблением, а также привести примеры знакомых идиом, связанных со здоровьем:

3. Watch the following video (<https://youtu.be/X7x56HOknxY>) about English health idioms and then match these two following parts to make them. Then try to remember their definition and make up your own examples.

- |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|
| <b>A. as right as</b> | <b>a. beans</b>       |
| <b>B. full</b>        | <b>b. rain</b>        |
| <b>C. under</b>       | <b>c. the weather</b> |

feeling very health with lots of energy

feeling fine and in good health

feeling ill

\*What other health idioms do you know? Give examples.

После проведения занятий с использованием ИКТ мы перешли к контрольному этапу нашего исследования, целью которого являлось итоговое диагностирование уровня владения речевой компетенции учащимися экспериментальной группы.

Для верности результатов нашего эксперимента мы решили использовать идентичные констатирующего этапа диагностики, критерии их оценки, но с измененным языковым материалом.

Итоги всех трех диагностик были также суммированы и оценены по шкале.

На контрольном этапе эксперимента было выявлено, что:

36 % учащихся экспериментальной группы имеют высокий уровень владения речевой компетенцией;

42 % учащихся экспериментальной группы имеют средний уровень владения речевой компетенцией;

15 % учащихся экспериментальной группы имеют низкий допустимый уровень владения речевой компетенцией.

6 % учащихся экспериментальной группы имеют низкий недопустимый уровень владения речевой компетенцией.

При сравнении данных, полученных на констатирующем и контрольном этапах нашего исследования, мы обнаружили положительную динамику развития уровня владения речевой компетенции, а именно:

– количество учащихся с высоким уровнем владения речевой компетенцией возросло на 15 %;

– количество учащихся со средним уровнем владения речевой компетенцией увеличилось на 9 %;

– количество учащихся с низким допустимым уровнем владения речевой компетенцией уменьшилось на 3 %;

– количество учащихся с низким недопустимым уровнем владения речевой компетенцией уменьшилось на 21 %.

Таким образом, результаты оказались намного лучше, чем были ранее, поэтому использование мультимедийного пособия как вспомогательного средства изучения лексики английского языка поможет педагогам сэкономить время и использовать его более эффективно, чем работая только по учебнику. Задания с различных сайтов могут замещать в некоторых случаях задания учебника. Нельзя не отметить тот факт, что использование мультимедиа ресурсов при обучении

английскому языку делают урок более насыщенным и запоминающимся. Для учеников такой тип занятий будет более интересным и стимулирующим мотивацию к изучению иностранных языков.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Матвиюк В. М. Использование интернет-технологий в современном образовании / В. М. Матвиюк // Социально-экономическое развитие общества в контексте общезначимых проблем современности: сб. науч. тр. – 2011. – 456 с.
2. Миньяр-Белоручев Р. К. Методический словарь. Толковый словарь терминов методики обучения языкам / Р. К. Миньяр-Белоручев. – М.: Высшая школа, 1996. – 240 с.
3. Скулов П. В. Принцип динамического баланса как философская основа мировоззрения, способ повышения эффективности научных исследований и необходимое условие проявления культуры в разработке и применении аудиовидеодидактических средств / П. В. Скулов // Проблемы развития и интеграции науки, профессионального образования и права в третьем тысячелетии: сб. науч. тр. – Красноярск : КГАЦМиЗ, 2001. – С. 194–197.
4. Федеральный Государственный Образовательный Стандарт основного общего образования, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17.12.2010 г. № 1897.
5. Цветкова Л. А. Формирование лексических навыков у младших школьников с помощью компьютерной программы (На материале английского языка) : дис. ... канд. пед. наук / Л. А. Щукина. – М., 2002. – 86 с.
6. Щукин А. Н. Методика преподавания русского языка как иностранного : учеб. пособие для вузов / А. Н. Щукин. – М. : Просвещение, 2003. – 204 с.

### ФОРМИРОВАНИЕ ГРАММАТИЧЕСКИХ НАВЫКОВ ПРИ ИЗУЧЕНИИ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО

Каликова А.М., Волкова М.В.  
Астрахань, Россия

**Аннотация.** Статья посвящена составлению грамматических упражнений по китайскому языку на разных этапах обучения его синтаксическому строю. Работа содержит ценный методический материал по планированию практического занятия по китайскому языку, проводимого в несколько этапов. Дается характеристика грамматического навыка в целом, приводятся особенности грамматического строя китайского языка, анализируется состав практического занятия по китайскому языку с приведением

разработанных авторами упражнений по формированию рассматриваемого вида навыков.

**Ключевые слова:** грамматический навык, китайское предложение, предикативная структура, бессвязочный тип коммуникации, связочный тип коммуникации

**Abstract.** The article reveals the basic principles of grammar exercises composition that are to be used at different stages of teaching the Chinese syntactic structure. The work also contains valuable methodological material for planning a practical lesson in Chinese conducted at several stages. The authors determine the characteristics of grammatical skills in general, the special features of the Chinese grammatical structure, alongside the presentation of their own composed grammar exercises.

**Keywords:** grammatical skill, the Chinese sentence, predicative structure, incoherent type of predicative, coherent type of predicative

На сегодняшний день изучение китайского языка набирает все большую популярность. Причиной высокого спроса на его изучение является тот факт, что Китай занимает второе место в мире (после США) по предоставлению возможностей и установлению перспектив финансового благополучия в будущем. При этом для абсолютного большинства обучаемых совершенно очевидно, что изучение данного языка изолирующего строя представляет собой ряд сложностей, которые связаны с отличительными особенностями китайской письменности, грамматики и фонетики. Данная статья посвящена рассмотрению особенностей формирования грамматических навыков китайского языка с учетом своеобразия его синтаксической структуры.

Грамматика китайского языка отличается следующим своеобразием:

- 1) отсутствие лексико-грамматических форм слов в составе китайских высказываний;
- 2) отсутствие безличного значения китайских глаголов;
- 3) отсутствие морфологических показателей китайских морфем и словоформ;
- 4) высокая омонимичность китайского языка, которая выражается в идентичности звучания китайских слов разной смысловой направленности;
- 5) многозначность китайских союзов;
- 6) иерархический принцип расположения слов в составе китайского предложения [Федоров 2002: 161].

Представленные грамматические характеристики китайского языка отражают его структурные особенности, которые наглядно представлены в следующей таблице.

Таблица

**Типологические характеристики китайского языка**

Сравниваемые признаки	Китайский язык
1. Морфологический тип	Изолирующий
2. Порядок слов	Фиксированный
3. Письменность	Иероглифы
4. Алфавит	—
5. Грамматические показатели	Союзы, послелого, глагольные модификаторы, структура предложения

Приведенная таблица типологических характеристик китайского языка наглядно отражает ключевые отличия данного языка от структурных типов индоевропейских языков. В рамках данной работы мы предлагаем рассмотреть особенности формирования грамматических навыков китайских предикативных структур двух подтипов – бессвязочных и связочных.

Бессвязочные предикативная структура – это структура, в основе которой находится глагольное или адъективное (выраженное прилагательным или именным комплексом) сказуемое. Связочная предикативная структура представляет собой именное сказуемое или субстантивированное глагольное сочетание с употреблением в конце предложения частицы 的, или без 的. Кроме того связочная предикативная структура может быть выражена предложными комплексами или местоимениями изъяснительных значений [Шутова 1991: 87].

При изучении грамматической структуры китайского языка, необходимо сказать, что правильное употребление в речи бессвязочных и связочных предикативных структур находится в прямой зависимости от учета типологических особенностей класса предикации в китайском языке. Их основные признаки содержат следующие:

1. Китайское сказуемое формируется на основе морфологического класса глаголов и прилагательных. В китайском языке, в отличие от европейских, синтаксис осуществляется таким образом, что самостоятельная предикативность прилагательного равноценна глаголу, как в предложении: “他很饿。” (рус. «Он голоден»).

2. Имя существительное в сочетании с сопутствующими зависимыми компонентами также может выполнять признак действия с формированием полноценного сказуемого, к примеру: “我二十二岁。” (рус. «Мне 22 года»).

3. Моносилабизм китайского языка накладывает предикативные ограничения на самостоятельность односложных глаголов и прилагательных. Синтаксическая целостность сказуемого достигается либо за счет двусложности основного предикативного элемента, либо за счет наличия при нем зависимых компонентов, как в предложении: “我唱歌。” (рус. «Я пою»)

Общеизвестно, что формирование грамматических навыков любого языка происходит в несколько этапов. Последовательный подход их развития был изначально разработан С.Н. Цейтлин, которая утверждала, что посредством использования данных этапов, можно ускорить процесс формирования грамматических навыков, и сделать его более эффективным [Цейтлин 2015: 908]. Всего исследователь выделяет пять этапов:

1. *Подготовительный этап* формирования грамматических навыков сопровождается ознакомлением обучаемых с вводимым грамматическим материалом. При изучении нового грамматического материала, учащиеся должны быть психологически настроены на получение новой информации о том или ином виде грамматического явления. Поэтому главной задачей преподавателя служит необходимость заинтересовать и привлечь внимание учащихся к поставленной цели урока, направленной на изучение новой грамматической структуры.

Примером заданий подготовительного этапа служат имитативные упражнения, которые позволяют не только понять и увидеть действие сказуемого в китайском предложении, но также сформировать представление об использовании грамматических конструкций связочных/бессвязочных структур. В качестве примера имитативного упражнения служит следующий:

Задание 1. Составьте предложения по образцу:

我很忙。(рус. «Он занят»).

*Пример выполнения:*

1) 我很高。(рус. «Он высокий»). 2) 这个工作很麻烦。(рус. «Эта работа хлопотливая»). 3) 考试的成绩很不错。(рус. «Результат по контрольной неплохой»). 4) 她的房间很大。(рус. «Её квартира большая»).

Данный вид упражнений нацелен на формирование навыка использования активных конструкций бессвязочных структур, в которых элемент предикации представлен именем прилагательным. Опорным материалом таких заданий должна служить ранее пройденная лексика, которая отрабатывается с использованием новой грамматической формы. В результате имитативных упражнений учащиеся повторяют ранее изученный лексический материал, отрабатывая его в новых конструкциях.

2. На элементарном этапе наблюдается осуществление отдельных действий, направленных на использование грамматических конструкций в речи [Рогова 2014: 74]. Содержание данного этапа представлено упражнениями по употреблению готовых словоформ задаваемой структуры и образованию форм, соответствующих образцу. В результате выполнения заданий такого рода происходит осмысление значения грамматической конструкции и механическое запоминание отрабатываемых образцов [Пассов 2008: 55]. Разработка упражнений

элементарного этапа ориентирована на общее понимание значения предикативных структур в китайском языке:

Задание 2. Составьте 10 словосочетаний по образцу ...完了/...好了, обращая внимание на результативность сказуемого в пассивном залоге, но без частицы 被.

*Пример выполнения:*

- 1) 这种作业做完了。(рус. «Эта работа выполнена»).
- 2) 这个考试准备好了。(рус. «К этому экзамену приготовлен»).
- 3) 课文读完了。(рус. «Текст прочитан»).
- 4) 那种菜做好了。(рус. «Блюдо приготовлено»).
- 5) 这个录音听完了。(рус. «Аудиозапись прослушана»).
- 6) 这部电影看完了。(рус. «Фильм просмотрен»).
- 7) 那个合同签订好了。(рус. «Контракт подписан»).
- 8) 所有的衣服洗好了。(рус. «Одежда выстирана»).
- 9) 这辆车修好了。(рус. «Машина отремонтирована»).
- 10) 这个问题已经讨完了。(рус. «Вопрос уже обсужден»).

Упражнение было составлено с целью усвоения способов выражения пассивности китайского сказуемого. При создании такого рода заданий рекомендуется приведение образца или примера выполнения запрашиваемого речевого действия. В результате изучение пассивной конструкции осуществляется быстрее, а усложненные формы предложений повышают уровень владения лексическим материалом.

3. На *совмещающем* этапе формирования грамматического навыка происходит закрепление одного грамматического действия с другими действиями синтаксических конструкций. При этом новое грамматическое правило рассматривается при помощи ранее усвоенных лексико-грамматических средств. Механические упражнения подготовительного этапа приобретают творческие элементы на совмещающем этапе. Упражнения совмещающего этапа направлены на развитие творческого мышления, поэтому данный этап включает задания, основой которых является составить, дополнить или упорядочить предложения по смыслу:

Задание 3. Поставьте предложения в правильном порядке по содержанию. Объясните употребление пассивного сказуемого.

1. 然后我去大学。
2. 我睡觉的时候有了一个梦，可是起床了不能想起来了。
3. 今天我起床了以后，发现了我妈妈已经走了。
4. 我只看过了一个小孩子，他可能丢了。
5. 在路上我看到了一群人，我有了兴趣，想看一看怎么回事儿。
6. 妈妈给我发了短信我一定要吃早饭。



7. 突然我想起来了我的梦。

8. 我知道了小孩儿的妈妈在哪儿， 我对大家告诉了我的想法他妈妈肯定在警察。

9. 所有的人等着警察帮助者各小孩儿。

10. 这意味着我有了预知梦。

11. 这是警察来了， 我看到了妈妈向孩子跑了， 真吃惊了。

*Пример выполнения:*

今天我起床了以后， 发现了我妈妈已经走了。我睡觉的时候有了一个梦， 可是起床了不能想起来了。妈妈给我发了短信我一定要吃早饭。然后我去大学。在路上我看到了一群人， 我有了兴趣， 想看一看怎么回事儿。我知看过一个小孩儿， 他可能丢了。所有的人等着警察帮助者各小孩儿。突然我想起来了我的梦。我知道了小孩儿的妈妈在哪儿， 我对大家告诉了我的想法， 他妈妈肯定在警察。这时警察来了， 我看到了妈妈向孩子跑了， 真吃惊了。这意味着我有预知梦。

Задания совмещающего этапа осуществляют наглядное запоминание посессивного сказуемого и их использования в предложении, отличий от других видов сказуемого. Задание 3 построено таким образом, что разбросанные в разном порядке предложения должны быть последовательно и логично расставлены в определенном виде текста, сохранив общую связность изложения. Данный вид упражнения носит комбинированный характер и направлен на запоминание посессивной предикации при логичном выстраивании предложений.

4. Этап систематизирующего обобщения служит для полного усвоения активных грамматических навыков, а также обучения навыкам понимания грамматических конструкций при работе с текстами. Употребление сказуемого в русском языке и китайском имеет свои отличия, поэтому основной задачей упражнений на данном этапе является перевод с русского на китайский. Перевод помогает осознать разницу предикативных свойств сказуемых двух языков. Существенным условием формирования заданий данного этапа является использование в упражнениях ранее изученного лексического материала.

Задание 4. Дайте перевод следующих предложений на китайский язык:

- 1) Я еду в парк .
- 2) Они ждут автобус .
- 3) Мама купила книгу.
- 4) Дочь убрала комнату .
- 5) Папа водит машину.
- 6) Ученики не сделали домашнее задание.
- 7) Я забыла тетрадь.
- 8) Моя подруга поступила в университет.
- 9) Она постирала вещи.
- 10) Он увидел меня.

*Пример выполнения:*

1. 我去公园。2. 他们等公共汽车。3. 妈妈买了一本书。4. 女儿打扫房子了。5. 爸爸开车了。6. 学生们没做作业。7. 我望了本子。8. 我朋友上了大学。9. 她洗了衣服。10. 他见了我。

Представленное задание на перевод нацелено на использование бессвязочной грамматической конструкции с активным употреблением служебных слов *也* (рус. «тоже») и *都* (рус. «все»). Данные служебные слова считаются основными индикаторами оформления активных структур на начальном этапе изучения китайского языка. Такое упражнение позволяет обучаемым увидеть разницу между активным сказуемым без служебных слов и активным сказуемым, где служебные слова являются их частью.

5. *Заключительным этапом* формирования грамматических навыков считается употребление грамматических конструкций в речевой деятельности. Задания, в основе которых лежит составление предложений, монологов и диалогов, направлены на закрепление ранее изученного языкового материала. Такие задания тренируют самостоятельность высказывания, которая особенно пригодится на практике. В процессе составления диалогов и условно-речевых ситуаций осуществляется закрепление имеющихся знаний грамматического и лексического склада. Более того, речевые ситуации наглядно демонстрируют пробелы в обучении, указывая на слабые места в усвоении пройденного материала.

Задание 5. Составьте 5 предложений с показателем активности и 5 предложений с результативными словами. Объясните разницу между ними.

*Пример выполнения:*

- |                  |               |
|------------------|---------------|
| 1) 我被海浪掉下来。      | 1) 朋友的生日过好了。  |
| 2) 摩托车被司机坏了。     | 2) 留学生的作文写完了。 |
| 3) 房间钥匙被我妹妹望了。   | 3) 水加满了。      |
| 4) 电视剧被频道控制。     | 4) 课文读完了。     |
| 5) 手机电话被移动公司阻断了。 | 5) 衣服洗好了。     |

Приведенное в качестве примера упражнение нацелено на формирование навыка употребления структур пассивной предикации. Его основная задача лежит в уяснении разницы между употреблением разных индикаторов пассивности в китайском предложении – показателя *被* или одного из результативных модификаторов *好了/完了*.

Итак, формирование грамматических навыков должно происходить последовательно с учетом нескольких этапов, к которым относятся: подготовительный, элементарный, совмещающий, этап систематизирующего обобщения и заключительный. Каждый этап характеризуется своим набором упражнений, которые отличаются поставленными задачами и сложностью выполнения. Результатом их реализации служит

подсознательное запоминание и освоение грамматических конструкций иностранного языка. В ходе выполнения разных видов упражнений на формирование грамматических навыков китайского языка обучаемый имеет возможность сознательно осмыслить их употребление посредством условно-речевых ситуаций общения на уроке. Таким образом, эффективность процесса обучения целиком зависит от качества содержания учебного материала, основную долю которого составляют лексико-грамматические упражнения.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Пассов Е. И. Условно-речевые упражнения для формирования грамматических навыков / Е. И. Пассов. – М. : Просвещение, 2008. – 128 с.
2. Рогова Г. В. Методы и приемы обучения иностранным языкам / Г. В. Рогова // Иностранные языки в школе. – 2014. – № 3. – С. 72–80.
3. Федоров А. В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы) : учебное пособие: для ин-ов и фак-ов ин. яз. / А. В. Федоров. – 5-е изд. – СПб. : Изд-во СПбГУ, 2002. – С. 207–215.
4. Цейтлин С. Н. Процедурные правила и их роль в порождении речи / С. Н. Цейтлин // Когнитивные исследования языка. – 2015. – № 22. – С. 908–910.
5. Шутова Е. И. Синтаксис современного китайского языка : монография / Е. И. Шутова. – М. : Наука, 1991. – 392 с.

### STRATEGIES TO PROMOTE ACCURACY, FLUENCY AND PRONUNCIATION IN TEACHING ENGLISH

Rizahodjaeva G.A., Abdulamit I.S.  
Turkestan, Kazakhstan

**Abstract.** *Since English is currently at a global level, it is important to know the importance of teaching English, including accuracy, fluency, and correct pronunciation of the language. The article presents the importance of learning a new language in all aspects of the language, as well as several aspects and new ideas and various strategies that create conditions for fluency in English. Students studying a second or foreign language should understand that the importance of developing speech skills in mastering English is the result of language learning.*

**Keywords:** *fluency, accuracy, pronunciation, foreign language, strategies, teachers*

Speaking in a foreign language has been considered the most challenging and complex of the four language skills [Martinez-Flor 2008:139-159]. That is because the speaking process occurs in real time, dynamic

interrelation between speaker and hearer should arise under time constraints. Then in this process, the speaker has to make decisions about why, how and when to communicate in accordance with the hearer's cultural and social context [Martinez-Flor 2008: 139-159]. Additionally, the speaker should master in both micro skills concerning speech elements such as the pronunciation of phonemes, correct placement of stress and intonation, use of formal and informal expressions [Zhang 2009: 32] and non-linguistic elements such as gestures and body language, facial expression and their tremendous variation of interpretations cross culturally [Shumin 2002: 204]. However, the speaker should be prepared to speak affectively, especially in public and with native speakers. This is because speaking is often an anxiety- provoking issue.

English speaking classrooms in many countries have many problems which lessen the chance of promoting speaking accuracy and fluency such as limited time, crowded classrooms, lacking the opportunity to practice outside the class and inefficient multimedia systems in classes, etc. Therefore, many researchers [Boonkit 2010: 1305] conducted their researches to turn language classrooms into realspeaking classes, not listening ones.

Songsiri asked the question "Which skill do you want to improve most?" to university students enrolling to courses related to English at their universities [Songsiri 2007: 5]. Nearly half of the students participating in the study (N: 308, 50.29 %) expressed the view that their highest requirement was speaking ability, and they wanted to improve their speaking skill a lot. Another researcher, Xian-Long sought answers to the question "What do you think is the weakest among your language skills?" [Fan 2009: 27], and 76% of the participants stated that their weakest skill was speaking. Dinçer interviewed university level English speaking course takers and asked participants of the study "Do you believe that you are competent in English speaking ability or not?". All of the students (100 %) said that they were inadequate in English speaking ability and they had problems in their speaking skills.

As stated above, students generally believe that they are incompetent in English speaking and they want to improve this the most. In spite of the years which are spent in English education, speaking education is not at the desired level and even language teaching departments do not provide enough opportunity to pre- service teachers for speaking because of limited time, overcrowded classrooms, etc.

Teaching speaking methodology has undergone prominent changes since the late 1950s from traditional teacher centred methods (e.g. the Audio-Lingual Method) to more student-centred ones (e.g. Communicative Language Learning). In this concept, there are two different teaching approaches in speaking which are related to teaching methods.

The former one is the accuracy-oriented approach which accepts that grammatical errors cannot be neglected, that is because they can result in fossilization. Instant error-correction is strictly needed to avoid fossilization.

This approach focuses on repetition of newly introduced forms and grammatical structures in speaking.

The latter is the fluency-oriented approach which believes that grammatical or pronunciation errors are insignificant, especially in the early stages. Correction can hinder learners' development in speaking. This approach stems from the Natural approach and regards errors as tolerable and probable and they are signs of natural language development.

All approaches are not adequate separately in education and being eclectic and combining approaches is more feasible than being strictly bound to one approach. Then, the necessity of combining these two approaches in English speaking classes and using them separately or together according to students' needs, English levels, activity types, lessons' purpose, etc. will be a more plausible answer to how to foster English speaking skills and to gain authenticity in oral communication. Lastly, it should not be forgotten that accuracy and fluency are not contradictory, because they affect each other. Accuracy brings fluency and fluency brings further accuracy.

In the history of second language acquisition, the relationship between accuracy and fluency has changed several times. About 100 years ago, learning a foreign language almost meant learning grammar and structures, which was about accuracy. To some degree, learning grammar perfectly was regarded as the end of learning a foreign language [Mengke 2016: 23]. As the development of educational researches, communicative approach begins to play a main role in second language acquisition. Some scholars, Corder and Krashen for example, through comparing the way first language acquisition by young children, point that comprehensible input is also sufficient enough for the second language or foreign language learners. The immersion program in Canada is a good example of this hypothesis. Students get a variety of comprehensible input. And the result of this kind of education is obvious, which is that the students can speak the target language very fluently at the end of the program. Whereas, with the procession of the studies, much evidence is found that it is not sufficient enough for a second language learner, because most of the students in the immersion class show the different level of weakness in the accuracy of grammar and the using of vocabulary.

At this period, a debate about the relationship between accuracy and fluency become lively again. Long and Robinson [Long 1983: 359] consider that it is not enough for learners to learn the target language only focus on meaning, because the lack of accuracy will result in fossilization, which the errors of grammar will be revised difficultly. So more and more researchers call on paying more attention to accuracy. Nowadays, the most acceptable concept is putting some special activities to let the second language learners transfer the attention to accuracy when doing the communicative practice. In other words, trying to find a way to make the two dimensions balance.

Focus on form is a kind of learner-centered instruction, which is based on the Interaction Hypothesis [Long 1983: 378]. This form is a kind of instruction that teaching grammar, rules and functions in a communicative background. This instruction has been evidenced to be helpful for the improving of the accuracy of the second language grammar. Ellis argues that there three different ways to design a focused task . They are Structured based task, Comprehension task and Consciousness-raising task.

Smith points that consciousness raising is a way that lecturers let learners raise consciousness to the forms of the target language by changing the way to input to promote the accuracy of the second language. According to the researches, generally there exists two ways to make the learners' consciousness rise. One is deductive approach, where learners are taught the rules and regularities by the lecture directly [Sheen 1992: 44]. The other one is inductive approach, where learners are told to find the accurate forms by themselves. However, there is no significant evidence to judge which kind of approach that learners show more preference. Jin Honggang points that typographic enhancement, intonation enhancement and the choice of emphasis enhancement are the three ways to enhance input.

Swain proposed the Output Hypothesis and argues that not only the comprehensible input is needed in the process of second language acquisition, but also the comprehensible output. Then she has extended her hypothesis to three main functions of the output. They are testing, metalinguistics and noticing/ triggering or consciousness-raising. During the procession of making production of the target language, learners can discover the divide between the sentences that they desire to say and the sentences that they finally say, which can spark them to notice where they are weak in, which part they need to improve.

#### What Teachers and Students are to Do to Foster Speaking

*"The affective side of the learner is probably one of the most important influences on language learning success or failure"* [Oxford 1990: 10]. Then, learner and teacher should care about both positive and negative affective factors a lot in the language learning process. Positive affective factors are more related to positive emotions and feelings towards language learning, and they improve the language learning [Meng & Wang 2006: 70]. Negative factors are called affective filters and they impede language acquisition.

When teachers reduce negative factors such as high affective filters, high level of classroom anxiety, inhibition, lack of motivation, reticence, shyness, lack of confidence, self-consciousness, inadequate perceived competence and so forth, they can develop students' language proficiency levels, and make them develop positive emotions, feelings and attitudes towards language learning. For this reason, teachers and students work in harmony and affect each other positively. At this point, teachers are much more responsible than students and they have important roles and tasks



which enable their students to succeed in oral English proficiency. That is because students' learning reasons and affective filters are mostly affected by the teachers in the language environment.

In this context, teachers' behaviour gains crucial importance. Their behaviours can be divided into autonomy-supportive behaviours vs. autonomy suppressive behaviours. Autonomy-supportive behaviours are mostly connected with positive psychology of the language learner and aim to facilitate learning by increasing the intrinsic motivation of learners. Autonomy suppressive behaviours or controlled behaviours are closely related to traditional approaches and they have detrimental effects on learners' psychology and language learning. Therefore, teachers try to create autonomy-supportive climates [Black 2000: 740] within which students can motivate each other in class. Autonomy supportive climates are mostly connected with motivation, especially intrinsic motivation which refers to personal interests and enjoyment, and the highest level of self-determination [Ryan & Deci 2004: 30].

On these issues, Wang gives practical suggestions for teachers who want to promote English speaking motivation in their classrooms, and aim to create autonomy-supportive climates [Wang 2005:64]. He introduces five teaching strategies as illustrated in Table 1.

Table 1

**Wang's five teaching strategies**

<b>Strategy 1</b>	<b>Build up an open and pleasant learning climate.</b> Such an environment consists of cooperative and competitive oral activities, jokes, games, etc. This environment can be the first step in motivating students to speak in English.
<b>Strategy 2</b>	<b>Become a friendly, creative and enthusiastic teacher.</b> By paying attention to the equal relationship between teacher and student, creating new oral activities such as speeches, discussions, role plays, debates, etc., by boosting their own motivation a highly-motivated teacher, teachers can improve learners' willingness to communicate in class, and raise their interest and enthusiasm towards language itself.
<b>Strategy 3</b>	<b>Present a variety of meaningful and intercultural materials.</b> The importance of teaching material is very important for increasing the interest of learners. In order to energize students in oral tasks, the teacher should present many meaningful intercultural materials.
<b>Strategy 4</b>	<b>Enlarge learners' autonomy.</b> By increasing learner autonomy, providing informative feedback, giving more chance for learners to set their own goals, choose topics, regulate their behaviours in their learning, etc., the teacher can support students' sense of self determination and enjoyment.

<b>Strategy 5</b>	<b>Provide individualized self-assessment.</b> Exam-oriented assessments both decrease the learners' intrinsic motivation and make them addicted to external rewards to avoid punishment. Therefore to avoid such situations, the teacher can give opportunities to the learners to self-asses their own oral language abilities by creating self- assessment forms based on the learners' own abilities and feelings.
-------------------	--

In addition to these suggestions, the other suggestions retrieved from different studie are as below:

- Try to affect students' self perceptions such as their competence, self-determination levels, their perceived autonomy related to English speaking positively by creating autonomy-supportive climates.
- Give opportunities for students to choose topics and activities about English speaking.
- Increase intrinsic motivation by caring about students' interest and needs regarding speaking topics.
- Use informational language and avoid controlling language in English speaking activities.
- Give informational feedback related to speaking performances in class.
- Acknowledge and accept students' expressions of negative affect in the class.
- Listen to them carefully and empathise when they have a problem.
- Offer progress-enabling hints when students seem stuck.
- Correct students' pronunciation mistakes less while they are speaking.

Language teaching is not only the work of teachers; students are also responsible for their own development in this process. To reach accuracy and fluency in the target language, students should reinforce themselves by participating in extra in- and out of class activities whenever they are convenient. Huang's study gives six important pieces of advice to EFL learners who want to practice and develop their oral English skills [Huang 2010: 187]. This advice is as follows:

- Be familiar with the close connection between listening and speaking.
- Do not miss any opportunity to practice English and apply what you have learnt.
- Recite English poems, prose, or even short stories, etc. containing a lot of new vocabulary and useful expressions.
- Train with various topics and change the topic after each one ends,
- Create an English environment.
- Think in English.



Certainly, these suggestions and advice is inadequate to master fluency and accuracy in English speaking skills, but they are certainly effective in learners' language development and psychology. With careful teacher behaviours which are associated with learners' psychology and motivation, and learners' personal effort to foster their oral communication skills, they will be helpful in overcoming many problems in English speaking classes.

A starting point of language acquisition is that the learner has to think in that language, to deal with new grammar and vocabulary and, of course, he or she has to be willing to sound differently. So, it is crucial to keep in mind what the position of learners is in pronunciation. During the process of FL learning, students are constantly adding words to their linguistic repertoire so they have to learn how to produce the new sounds that are in those new words. When pronouncing a word students are likely to make mistakes. It is very common to note that when a student makes mistakes, their peers are very likely to laugh at them. In turn, this makes most students feel a lack of confidence at the moment of speaking or using the TL. On the other hand, there are students who like to be corrected every single time they commit mistakes and there are teachers who consider doing so unacceptable. Nowadays, FL teachers are likely to focus more on fluency than on accuracy. So, here is a potential conflict regarding teachers' and students' perceptions as to how acquiring pronunciation should be handled.

On the other hand, teachers would say that learning pronunciation is the most difficult work in foreign language acquisition because it may cause inhibition, embarrassment, and fear of losing face. There are FL teachers who would admit their lack of thorough pronunciation knowledge. Moreover, they may need to improve this skill themselves so that they can teach it. Teachers should realize to what extent their learners are motivated to make all the necessary efforts to learn and practice pronunciation. Nevertheless, although learners are the ones who are acquiring a new language and their perspective of the importance of all aspects of the language is still not formed, teachers should encourage them to do it because, although both teachers and learners are interested in pronunciation, it has for the most part been neglected in English as a foreign language (EFL) classrooms.

To sum up, as learners of a second or foreign language we need to be aware of what pronunciation entails so that we can work on those areas that may be problematic due to our native language background.

## REFERENCES

1. Black A. E. The effects of instructors' autonomy support and students' autonomous motivation on learning organic chemistry: A self-determination theory perspective / A. E. Black, E. L. Deci // *Science education*. – 2000. – Vol. 84, № 6. – P. 740–756.
2. Boonkit K. Enhancing the development of speaking skills for non-native speakers of English / K. Boonkit // *Procedia-social and behavioral sciences*. – 2010. – Vol. 2, № 2. – P. 1305–1309.

3. Handbook of self-determination research / E. L. Deci, R. M. Ryan (ed.). – University Rochester Press, 2004.
4. Fan X. L. Problems and Strategies for Chinese English Major Students' Oral Skills Development / X. L. Fan // US-China Foreign Language. – 2009. – Vol. 7, № 8. – P. 27–35.
5. Long M. H. Does second language instruction make a difference? A review of research / M. H. Long // TESOL quarterly. – 1983. – Vol. 17, № 3. – P. 359–382.
6. Martínez-Flor A. Towards acquiring communicative competence through speaking / A. Martínez-Flor, E. Usó-Juan, E. A. Soler // Current trends in the development and teaching of the four language skills. – De Gruyter Mouton, 2008. – P. 139–158.
7. Meng X. M. Psychological factors and teachers' language / X. M. Meng, Q. Y. Wang // US-China Foreign Language. – 2006. – Vol. 4, № 5. – P. 70–74.
8. Mengke L. I. A Case Study about Accuracy and Fluency in Teaching Chinese as a Second / L. I. Mengke. – 2016.
9. Oxford R. L. Language learning strategies-What every teacher should know / R. L. Oxford. – Heinle & Heinle, 1990.
10. Sheen R. Problem solving brought to task / R. Sheen // RELC Journal. – 1992. – Vol. 23, № 2. – P. 44–59.
11. Shumin K. Factors to consider: Developing adult EFL students' speaking abilities / K. Shumin // Methodology in language teaching: An anthology of current practice. – 2002. – Vol. 12. – P. 204–211.
12. Songsiri M. An action research study of promoting students' confidence in speaking English / M. Songsiri : дис. – Victoria University, 2007.
13. Wang L. Q. Perceptions of Chinese College Students' Motivations for Learning Oral English / L. Q. Wang // Sino-US English Teaching. – 2005. – Vol. 2, № 11. – P. 64–69.
14. Huang L. Methods to oral English practice / L. Huang // Asian Social Science. – 2010. – Vol. 6, № 6. – P. 187.
15. Zhang Y. Reading to Speak: Integrating Oral Communication Skills / Y. Zhang // English Teaching Forum. – US Department of State. Bureau of Educational and Cultural Affairs, Office of English Language Programs, SA-5, 2200 C Street NW 4th Floor, Washington, DC 20037, 2009. – Vol. 47, № 1. – P. 32–34.

## DEVELOPING PUBLIC SPEAKING SKILLS IN THE ENGLISH LANGUAGE CLASSROOM

Rizakhojayeva G.A., Orazali I.Sh.  
Turkestan, Kazakhstan

**Abstract.** *Developing public speaking skills in English lessons helps students to express their thoughts clearly. This article describes some of the barriers to public speaking and how to overcome them. In this respect, it is obvious that the role of the teacher is special. Here are some tips on how to improve your speaking skills. If you follow these principles, students will have good conversational skills in English lessons.*

**Keywords:** *public speaking skill, English language, teacher, development, English lesson*

Public speaking is a speech by a speaker in front of a certain group of people, which requires some preparation. The audience can include people you know or a group of strangers. There are also several types of public speaking, depending on the purpose of the speaker. For example, persuasion, information, entertainment, or celebration.

For some people, public speaking is not a problem. Because they have innate talents. However, today, by doing specific exercises daily, you can develop basic public speaking skills and be confident in the process. In this respect, the role of the teacher is very crucial. As a teacher, it is important not only to look at talented students who can speak competently in front of the public but also to help other students acquire such kinds of skills.

For instance, in English lessons, the development of public speaking skills among students depends on the teacher. Since speaking a foreign language is one of the hardest things to do, there may be some obstacles to developing public speaking skills. In other words, there may be anxiety, insecurity, fear of making a mistake, and other aspects [Rosberly López Montero 2019]. Krashen divided these aspects into three categories: "How affective factors are related to the process of learning a second language": motivation, self-confidence, and anxiety [Stephen D Krashen 2009]. Therefore, in English lessons, the teacher must do everything possible to overcome these obstacles and help improve the language skills of the students.

Engaging students in speaking English in English lessons helps develop general speaking skills, requiring reflection on how and what they are talking about. This is very useful for speaking in front of any audience. Thus, the methods that a teacher can be taught in developing students' public speaking skills. They:

a) Ideas. Since many students find it difficult to get a job, it is advisable to specify a specific topic in advance. They can also exchange ideas by working in a group and combining ideas, making mind maps, lists, or creating messages.

b) Structure. In public speaking, it is important to remember that the beginning and end of any speech are important. The teacher can give students a standard introduction that can be used in the first speech. For example, "Good afternoon. My name is ..... I'm going to talk about ... today. " It should be noted that a conclusion must be made at the end of the report.

c) Body language. According to various statistics, about 70% of our communication occurs through body language. They are realized through posture, movement, and eye contact.

d) Chunking (pauses and stress). This technique helps the speaker speak with confidence and improves overall speaking efficiency. After pausing our conversation, we'll focus on the keywords of the sentence.

In addition, a presentation trainer feedback mechanism to improve public speaking skills promotes the development of speaking skills. Performing well in public requires a lot of experience with effective feedback [Schneider и др., 2015].

Student anxiety is a negative academic barrier to building and developing literacy skills in front of an audience. That is, the more anxious or fearful a student is, the less purposeful and academically motivated they will be [Pekrun, Elliot, Maier 2009]. Therefore, to overcome these fears, it is advisable to use public presentations. These students experienced little fear, indecision, or confusion [Nash, Crimmins, Oprescu 2016]. For these two main reasons, first, the reduction of negative academic emotions such as anxiety leads to avoidance of goals and emotions [Pekrun, Elliot, Maier 2009]. Second, negative emotions and/or achievement goals tend to reduce behavioral rejection, which are negative predictors of performance [Finney, Pieper, Barron 2004; Wolters, 2004]. Improvement in student emotion related to the assignment indicates that they may be more motivated to perform the assignment activity, which will help them achieve satisfactory assessment results. The results of this research project support the findings of, which support the assessment and address the concerns of assessing experience [Pekrun, Elliot, Maier 2006; Pekrun, Elliot, Maier 2009]. To achieve these results, it is important to ensure that feedback assessment processes are well developed [Crimmins и др., 2016a] and that the teachers conducting the assessment are good. ready and confident in student support [Crimmins и др., 2016b].

Here are 10 tips for improving public speaking:

1. Nervousness is normal. practice and prepare! Anxiety can cause heart palpitations and hand tremors. The best way to deal with this anxiety is to prepare. Having mastered the material several times, you need to practice a lot. He knows how to overcome negative actions by recording himself and correcting mistakes.

2. Know your audience. your speech is about them, not you. First of all, when speaking in public, you need to know the audience. Knowing who the

message is for will help you choose words, determine the level of information, the organization model, and the motivational statement.

3. Organize your material in the most effective manner to attain your purpose. To speak to an audience, write a topic, an overall goal, a specific goal, the main idea. Remember to grab the viewer's attention within the first 30 seconds.

4. Watch for feedback and adapt to it. Pay attention to the audience, measure the reaction of the audience and adapt to it. Simple speech can be distracting and frustrating for listeners.

5. Let your personality come through. Be honest with yourself. If your personality is bright and clear, you will feel confident. And the public will see a real person in you and begin to believe your statements.

6. Use humor, tell stories, and use effective language. Tell funny stories and grab the attention of your audience so you don't tire the audience.

7. Don't read unless you have to. work from an outline. If you read a slide during a presentation, you will lose eye contact with your audience. Therefore, remember the title and act systematically.

8. Use your voice and hands effectively. omit nervous gestures. With the right use of non-verbal communication, the speaker can communicate their thoughts to the real world without disturbing others.

9. Grab attention at the beginning, and close with a dynamic end. Start with startling statistics, an interesting anecdote, or a short quote. End your talk with a great commentary that will be remembered by the audience.

10. Use audiovisual aids wisely. Too many people can lose direct contact with the audience, so use them sparingly. They need to improve or enhance your content or grab and hold the audience's attention.

If the teacher repeats and recalls the above tips, students will be able to express their thoughts clearly and concisely in English lessons. This skill will develop day by day as you practice your public speaking skills in the direction taught by your teacher. The teacher will play an important role in developing public speaking skills in English lessons.

## **REFERENCES**

1. Crimmins G. A written, reflective and dialogic strategy for assessment feedback that can enhance student/teacher relationships / G. Crimmins et al. // Assess. Eval. High. Educ. – 2016a. – Vol. 41, № 1. – P. 141–153.

2. Crimmins G. Can a systematic assessment moderation process assure the quality and integrity of assessment practice while supporting the professional development of casual academics? / G. Crimmins et al. // Assess. Eval. High. Educ. – 2016b. – Vol. 41, № 3. – P. 427–441.

3. Finney S. J. Examining the psychometric properties of the achievement goal questionnaire in a general academic context

/ S. J. Finney, S. L. Pieper, K. E. Barron // Educ. Psychol. Meas. – 2004. – Vol. 64, № 2. – P. 365–382.

4. Nash G. If first-year students are afraid of public speaking assessments what can teachers do to alleviate such anxiety? / G. Nash, G. Crimmins, F. Oprescu // Assess. Eval. High. Educ. – 2016. – Vol. 41, № 4. – P. 586–600.

5. Pekrun R. Achievement goals and discrete achievement emotions: A theoretical model and prospective test / R. Pekrun, A. J. Elliot, M. A. Maier // J. Educ. Psychol. – 2006. – Vol. 98, № 3. – P. 583–597.

6. Pekrun R. Achievement Goals and Achievement Emotions: Testing a Model of Their Joint Relations With Academic Performance / R. Pekrun, A. J. Elliot, M. A. Maier // J. Educ. Psychol. – 2009. – Vol. 101, № 1. – P. 115–135.

7. Rosberly López Montero J. S. A. Improving English Oral and Public Speaking Skills in the Classroom / J. S. A. Rosberly López Montero // Rev. Lenguas Mod. – 2019. – P. 143–161.

8. Schneider J. и др. Presentation trainer, your public speaking multimodal coach / J. Schneider // ICMI 2015 - Proc. 2015 ACM Int. Conf. Multimodal Interact. – 2015. – P. 539–546.

9. Stephen D Krashen. Principles and practice in second language acquisition / Stephen D Krashen. – University of Southern California : Pergamos Press Inc., 2009.

10. Wolters C. A. Advancing achievement goal theory: Using goal structures and goal orientations to predict students' motivation, cognition, and achievement / A. C. Wolters // J. Educ. Psychol. – 2004. – Vol. 96, № 2. – P. 236–250.

## TEACHING ENGLISH GRAMMAR ON LINGUOCOGNITIVE BASIS IN KAZAKH SOCIETY

Убайдуллаев Т.О., Турлыбеков Б.Д.  
Туркестан, Казахстан

**Abstract.** *The peculiarities of the modern educational process require new approaches to techniques and methods used in language teaching. One of the ways for optimization of lessons in foreign languages is aimed at integration of cognitive linguistics and its achievements into the structure of such classes. The linguocognitive basis fits well into the communicative approach to teaching languages and allows for increased efficiency of education through using the principles and methods of cognitive science, which provides a means of explanation for a number of linguistic phenomena, including grammatical, the explanation of which is difficult within the traditional approach to teaching. Certain aspects of English grammar, that are diffi-*

*cult to be taught, are being considered and the efficiency of methods of cognitive linguistics in their teaching is proven in Kazakh society.*

**Keywords:** *linguocognitive approach, cognitive linguistics, linguodidactics, communicative competence, grammar, linguoculture*

Present day pedagogy is faced with a number of problems, the solution of which will be the key to optimizing the educational process and, as a result, to better learning by students. Among them, we can single out the issue of optimizing the teaching of grammar, which often becomes a problematic aspect of teaching a foreign language in Kazakh society, since the traditional methods of organizing the educational process are not sufficiently consistent with the modern principle of communicative orientation of learning, which seeks to get away from instructions in the native language for students and to apply it to the maximum extent in the classroom language being studied, as well as gestures, facial expressions, movements. Moreover, often traditional methods of teaching grammar can negatively affect the effectiveness of a communicative-oriented lesson, since they run counter to the student-centeredness of the lesson and, in some cases, demotivate students due to the peculiarities of the information presentation format.

In addition, such a contradiction leads to the consideration of certain grammatical phenomena through the prism of the native language and linguoculture, which subsequently can lead to errors and inaccuracies in the use of such units as, for example, prepositions, the peculiarities of their use vary from language to language. At the same time, excessively strict adherence to the principles of communicatively-oriented teaching, resulting in a situation where the teacher, following the principle of using only the language being studied in the audience, trying to explain grammatical phenomena to students using a foreign language, can become even less productive, because it causes students to misunderstand such instructions, which, in turn, leads to learning inefficiencies, knowledge gaps in students and even their loss of interest in the subject.

The search for ways to harmonize grammar teaching in the structure of communicatively-oriented learning remains one of the important issues of linguodidactics. Significant advances in this direction have been achieved by attracting information and principles of cognitive science in general and cognitive linguistics in particular [Langacker 2001: 4]. The latter tries to describe and explain the connection between mental and linguistic structures, and also, taking as a basis how a person interacts with the world around him, describes the features of his perception, conceptualization and categorization [Ungerer, Schmid 1996: 12].

As J. Little More rightly remarks, the problematic aspect of teaching a foreign language is the fact that students, when mastering language material, try to find its equivalent in their native language and identify a new language unit for them with an already known one in a familiar language,

which leads to significant losses in connotation and distortion of meanings. Moreover, as a result of this phenomenon, conceptual structures associated with the linguistic units of the mother tongue can be associated with those in the language being studied, attracting additional meanings that are undesirable here, especially culturally conditioned ones that are not characteristic of the language units in the language being studied. If this feature is neglected in the framework of communicatively oriented learning, when a dialogue occurs between two or more non-native speakers, the situation may be aggravated by the exchange of students with erroneous and inaccurate understandings of language units, which can subsequently be rooted in the consciousness of a group of students [Littlemore 2018: 7]. To overcome this undesirable effect, it is important to structure classes based on teaching not only linguistic units per se, but also the features of their corresponding conceptual structures, which are both a repository of meanings, including culturally colored ones, and part of the conceptual sphere common to native speakers, in this case - English.

It should be noted that such identification is not arbitrary, but, on the contrary, is due to the important cognitive mechanism of the conceptual metaphor, described in detail in the works of J. Lakoff and M. Johnson [Lakoff, Johnson 1980: 5]. Using the material of the English language, the authors proved that the cognitive domains SPACE and TIME are closely related, and this connection, in turn, is one example of the mechanism of the conceptual metaphor when TIME, in the understanding of the carrier of the corresponding linguistic culture, is structured in terms of SPACE, i.e., the present - this is the current position of a person, the past is behind, and the future is ahead. In English, this is reflected in expressions of the form: That's all behind us now. We're looking ahead to the future. Other similar mechanisms are the perception of TIME as a container and as a base / basis (on a daily, biennial basis) [Lakoff, Johnson 1999: 140]. Moreover, abstract information, similar to the mentioned category of time, without sensory references in the real world, is better perceived by students, being presented visually both by themselves through, for example, drawings, diagrams, and in the corresponding situation or scene in which they carry a certain meaning. With the help of such a presentation of information, it is easier for students to activate the necessary material in their memory, imagination and ultimately connect it with their own experience, that is, integrate it into their conceptual system [Falck 2019: 68].

It should also be noted that from the cognitive point of view, the above conceptual metaphor is not a stylistic mechanism for decorating the language. On the contrary, this is a fundamental principle of human thinking itself and conceptualization of reality by it [Falck 2019: 74]. Moreover, both cognitive mechanisms and human mental activity, which are expressed in the language, are caused by sensorimotor and tactile interactions with the reality around us, which are the key types of interaction since childhood [Veliz 2017: 188]. In other words, channels of sensory perception, such as



visual, auditory, tactile, kinesthetic, and others, are the basis for the formation of higher nervous activity and largely determine it. Understanding the very nature of these mechanisms allows us to shed light on how the physical and sensory experiences of interaction with the outside world form our conceptual system, which determines the features of language use [Veliz 2017: 216]. In turn, knowing such a connection, one can successfully use these channels to work more effectively with the corresponding cognitive structures and, as a result, optimize the process of teaching a foreign language.

At the same time, one should not forget that the implementation of these mechanisms may be different within the framework of different linguistic cultures, and although the conceptual metaphor as a cognitive mechanism to one degree or another affects all languages, since it lies at the basis of human thinking, its refraction in a particular language may differ due to the unique linguistic and cultural experience of native speakers and the peculiarities of their perception of the surrounding reality under the influence of culture and interpersonal interactions.

To illustrate the above, let us turn to such an important aspect of grammar as prepositions. Speaking about their features in relation to student learning, it should be noted that the patterns of their use are directly related to the conceptual representation of their key values [Saez 2015: 177]. English-speaking people use a number of different prepositions to mention different time periods. For example, when it comes to the month, the preposition *in* (*in September*) is used, to mention the day of the week, the preposition *on* (*on Monday*) is needed, while the preposition *at* (*at 9 o'clock*) is required to indicate a specific time. For a Russian-speaking student, this state of affairs may seem unexpected and unusual, since in Russian for mentioning similar periods of time just one pretext is enough *in*: *in September*; *on Monday*; *at 9 am*. Based on these features, attempts to optimize the process of learning English prepositions using the traditional approach met with notable difficulties, since it was not possible to explain the mechanism of formation of meanings that required the use of various prepositions within its framework. Thus, students were only asked to remember that in order to mention a month in English, the preposition *in* is required, for the day of the week - *on*, and for a specific time - *at* [Falck 2019: 34].

In turn, the use of the methodological base and the achievements of cognitive linguistics in this case allows us not only to identify the conceptual metaphor that underlies the conceptualization of the indicated time intervals, but also to explain the mechanism of its work, when the preposition *on* is used for time intervals of approximately equal days for time periods more than 1-2 days - the pretext *in*, and for intervals of less than a day - *at*. In the first case, such a metaphor conceptualizes the time interval in the form of a base (*on Monday*; *on a daily basis*), and in the second - in the form of a container (*in the future*; *in the twentieth century*; *in 1999*; *in May*) [Falck 2019: 21]. The presence of such information opens up the possibility of vis-

ualizing this cognitive mechanism and representing its relationship with the corresponding grammatical phenomenon for better assimilation of the material under consideration by students, since direct experience, in this case visual, is better perceived and remembered by students due to the characteristics of the human brain [Dijkstra, Eerland, Zijlmans 2014: 78]. Presenting information in this way makes it possible to increase the efficiency of students' assimilation of knowledge through the transition from mechanical memorization to a conscious perception of material. In addition, by comparing the peculiarities of using prepositions in the studied and native languages, the features of conceptualization of reality by native speakers, which lie at the very basis of linguistic culture, awareness of which is a very important aspect of learning English in its inextricable connection with the corresponding linguistic culture are clearly demonstrated.

Summarizing what has been said, it can be concluded that language-cognitive-based learning considers language not just as a system of signs, but as a structure caused by human cognitive activity. Thus, it becomes possible to look at reality from the standpoint of the peculiarities of its perception by native speakers, to become more familiar with their conceptual sphere and worldview [Falck 2019: 66-68]. Using this approach, we, among other things, solve one of the important tasks of modern methods - teaching the language in its inextricable connection with the culture of the country of the language being studied, since the language does not exist outside the corresponding culture.

Another important aspect of English grammar, which is known to be difficult for students to master, is modal verbs, whose views on teaching strategies have undergone significant evolution. The main difficulty in teaching them is their property that almost all of them have two basic meanings - one related to ability, duty, or resolution in sociophysical reality (The doctor said I should get more sleep), and the other to the speaker's reasoning, his logical constructions and modeling of possible situations (Doorbell rings). Speaker: That should be Catherine now) [Tyler 2008: 13].

The traditional approach to learning does not provide a satisfactory explanation of the mechanism of connection between the two meanings. In turn, the use of cognitive linguistics allows us to identify the cognitive mechanisms behind the corresponding linguistic structures and explain the relationship between them. Thus, such training in modal verbs does not come down to mechanically memorizing meanings and their linguistic forms, but, on the contrary, explains how the structures corresponding to them, which subsequently find their expression in the language, function at a conceptual level, which leads to a better understanding by students of the principles of modal work verbs and their successful use on the basis of these principles [Chang 2020: 34]. This statement was confirmed in a number of experimental studies that revealed an increase in the level of students' competence in structuring the educational process in accordance with the principles of lingvocognitive learning modal verbs [Chang 2020: 16].

Thus, the work of M. Giovanelli substantiates the possibility of using one of the innovative methods of structuring classes in a foreign language, aimed at studying modal verbs using principles and methods of cognitive linguistics. After the initial stage of the explanation, students are invited to graphically convey the meaning of the situation in question and the corresponding modal verb. This is done in order to activate extra-linguistic images and conceptual structures for students to better understand the functioning of modal verbs and the cognitive mechanisms behind them. This approach helps students not only to understand the very essence of the language units that interest us, but also to understand, and subsequently explain, the features of their work in the sentence. This type of task becomes the basis on the basis of which practical skills and variants of using modal verbs with the help of classical exercises are developed [Giovanelli 2019: 65]. Thus, the classical grammar and a number of exercises developed within its framework are not discarded, but harmoniously flow into the structure of the communicative-cognitive lesson [Giovanelli 2019: 168].

The next step is to check the students' understanding of the principles of modal verbs themselves. To this end, it is proposed to convey the meaning of previously studied linguistic units using non-verbal means - body movements, gestures, attracting audience space. This implementation of training contributes to a better perception and memorization of information, as it is based on physical, visual experience, understanding, repetition and interaction with the class [Dijkstra K., Eerland A., Zijlmans J. 2014: 15]. This achieves the goal of monitoring students' competence, since simply memorizing the use of modal verbs may not give an understanding of the very mechanism of operation of a verb and, as a result, may not give satisfactory results in real speech communication, which is a key aspect of linguistic competency formation [Tyler 2008: 199].

At the same time, such an approach leaves the opportunity for further optimization of the structure of classes based on new developments and experimental data from related disciplines without denying the importance of a number of methods that have proven their effectiveness in practice in the structure of the traditional approach to teaching a foreign language [Tyler 2008: 211].

Thus, based on the results of a number of studies aimed at assessing the effectiveness of linguistic-cognitive learning of English grammar, among the advantages of using cognitive linguistics in teaching foreign languages in general and English in particular, it is possible to distinguish the following aspects:

- 1) facilitating students' understanding of the relationship between mental and linguistic structures and their visual representation for the best perception of information;
- 2) an explanation of the features of the use of a number of grammatical phenomena (prepositions, modal verbs), the description of the principles of which are difficult within the framework of the traditional approach to learning;

3) harmonious integration of the achievements of traditional linguistics and methods of teaching a foreign language in the structure of communicative-cognitive classes;

4) teaching grammar inextricably linked with the language context and the direct use of certain language tools, which allows us to talk about the authenticity of such training;

5) the involvement of both the linguistic and cultural context, which are integral parts of harmonious learning, allows students to “get used to” the role of a native speaker, thus forming a comprehensive understanding of the studied linguistic culture;

6) familiarization of students with the features of the functioning of conceptual mechanisms (for example, conceptual metaphor, conceptual metonymy, profiling, etc.) allows not only to achieve a better perception of the material by students through awareness, but also to develop the necessary skills of young researchers;

7) openness for further optimization of the educational process by attracting new information from related disciplines and digital humanities.

Among other things, the advantage of cognitive linguistics in relation to linguodidactics is the possibility of explication of some phenomena of the language, the mechanisms of functioning of which are not completely clear. Thus, the linguo-cognitive approach to teaching a foreign language allows you to get away from an excessive focus on learning the rules and exceptions to them, which, due to the limited.

The methodological apparatus of traditional linguistics was only proposed to be taken for granted. Obviously, this approach to teaching grammar reduced the motivation and interest of students. In turn, the linguo-cognitive approach to teaching a foreign language, offering new principles and methods for analyzing language phenomena, by drawing on the work of related disciplines allows you to build learning from an explanatory standpoint, since a number of difficult cases of grammar and exceptions to the rules that previously could not be rationally explained can be successfully explained to students by describing the cognitive mechanisms underlying them.

The information obtained in the framework of cognitive psychology, describing the features of mental activity and the perception of information, allows the use of the most relevant techniques for visualizing such information for optimal assimilation by students. As such visualization, diagrams, schemes, and graphic images of the corresponding cognitive mechanisms underlying the considered grammatical phenomena can be used. In addition, using the achievements of the digital humanities, in particular, research in the field of the use of augmented and virtual reality for teaching a foreign language, allowing you to take a step forward in the field of visualization of abstract meanings and concepts. The organization of the educational process in this way and the consideration of grammatical phenomena from the standpoint of cognitive linguistics make it possible to successfully

explicate such “logically inexplicable” aspects of English grammar as the peculiarities of using prepositions or modal verbs, which makes it possible to take grammar education to a new level, increase students' awareness of information and as a result, improve the quality of education in general.

## REFERENCES

1. Chang H. Review of cognitive linguistics and second language learning: theoretical basics and experimental evidence / H. Chang // *Journal of Language and Literacy Education*. – 2020. – Vol. 12, № 1. – P. 151–153.
2. Dijkstra K. Embodied cognition, abstract concepts, and the benefits of new technology for implicit body manipulation / K. Dijkstra, A. Eerland, J. Zijlmans, L. S. Post // *Frontiers in Psychology*. – 2014. – Vol. 5. – P. 1–8.
3. Falck M. J. Linguistic theory and good practice: how cognitive linguistics could influence the teaching and learning of English prepositions / M. J. Falck // Lindgren E., Enever J. (eds.). *Sprakdidaktik: Researching Language Teaching and Learning*. Umea. – 2019. – P. 61–73.
4. Giovanelli M. Cognitive linguistics in the English classroom: new possibilities for thinking about teaching grammar / M. Giovanelli // *Teaching English*. – 2019. – Issue 3. – P. 61–65.
5. Giovanelli M. *Teaching Grammar, Structure and Meaning. Exploring Theory and Practice for English Language Teachers* / M. Giovanelli. – New York, 2015.
6. Langacker R. W. *Concept, Image, and Symbol: The Cognitive Basis of Grammar* / R. W. Langacker. – Berlin, New York, 2001.
7. Lakoff G. *Metaphors We Live By* / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago, 1980.
8. Lakoff G. *Philosophy in the Flesh: The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought* / G. Lakoff, M. Johnson. – Berkeley, 1999.
9. Littlemore J. *Applying Cognitive Linguistics to Second Language Learning and Teaching* / J. Littlemore. – Basingstoke, 2018.
10. Saez N. Enhancing the role of meaning in the L2 classroom: a cognitive linguistics perspective / N. Saez. – Teachers College, Columbia University Working Papers in TESOL & Applied Linguistics, 2015. – Vol. 15/2. – P. 51–53.
11. Tyler A. Applying cognitive linguistics to second language teaching: the English modals / A. Tyler // Ellis N.C., Robinson P. (eds.). *The Handbook of Cognitive Linguistics and Second Language Acquisition*. – Mahwah, 2008. – P. 456–488.
12. Tyler A. Applied cognitive linguistics: putting linguistics back into second language learning / A. Tyler // Putz M. (ed.) *Cognitive Approaches to Second/Foreign Language Processing: Theory and Pedagogy*. – Essen, 2008. – P. 904–923.
13. Ungerer F. *An Introduction to Cognitive Linguistics* / F. Ungerer, H. J. Schmid. – 1996.

14. Veliz L. A route to the teaching of polysemous lexicon: benefits from cognitive linguistics and conceptual metaphor theory / L. Veliz // International Journal of Applied Linguistics & English Literature. – 2017. – Vol. 7, № 1. – P. 211–217.

**ЯЗЫК В МЕЖКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ XXI ВЕКА:  
ВЗГЛЯДЫ И НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ,  
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

**Материалы Международной  
научно-практической конференции**

Материалы публикуются в авторской редакции.  
Техническое редактирование,  
компьютерная верстка *Ю.А. Васильевой*

Заказ № 4382. Тираж 10 электрон. оптич. дисков.  
Уч.-изд. л. 20,0. Объем данных 2,5 МБ.

---

Издательский дом «Астраханский университет»  
414056, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а  
тел. (8512) 24-64-95, 24-68-37  
E-mail: asupress@yandex.ru