

# Вестник

ЧЕЛЯБИНСКОГО  
ГОСУДАРСТВЕННОГО  
УНИВЕРСИТЕТА

ISSN 1994-2796 (print)  
ISSN 2782-4829 (online)  
doi 10.47475/1994-2796

НАУЧНЫЙ  
ЖУРНАЛ

MONTI BVSELSIN  
LOI ACTA BAT COR  
CRUDELSA EXINI  
CARMEN LNOS TRI  
REFORMA FDN VN  
MONTI BVSELSIN  
LOI ACTA BAT COR  
CRUDELSA EXINI  
CARMEN LNOS TRI

5 / 2024





УЧРЕДИТЕЛЬ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Челябинский государственный университет»

Главный редактор

*Таскаев Сергей Валерьевич* — доктор физико-математических наук, доцент  
(Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия);  
ORCID: 0000-0001-6352-2816; Scopus Author ID: 55886287900;  
ResearcherID: AAU-9890-2021

Ответственный секретарь

*Майоров Андрей Владимирович* — доктор юридических наук, доцент  
(Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия);  
ORCID: 0000-0002-8629-9837; Scopus Author ID: 55629771300;  
ResearcherID: AAK-3612-2021

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

**Болдырев Николай Николаевич**, доктор филологических наук, профессор (Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина, Россия); **Бубнов Юрий Александрович**, доктор философских наук (Воронежский государственный университет, Россия); **Голованова Елена Иосифовна**, доктор филологических наук, профессор (Челябинский государственный университет, Россия); **Желтухина Марина Ростиславовна**, доктор филологических наук, профессор (Волгоградский государственный социально-педагогический университет, Россия); **Качалов Роман Михайлович**, доктор экономических наук, профессор (Центральный экономико-математический институт РАН, Россия); **Невелев Анатолий Борисович**, доктор философских наук, профессор (Челябинский государственный университет, Россия); **Нижегородцев Роберт Михайлович**, доктор экономических наук (Институт проблем управления РАН, Россия); **Питина Светлана Анатольевна**, доктор филологических наук, профессор (Челябинский государственный университет, Россия); **Попов Евгений Васильевич**, доктор экономических наук, профессор, член-корреспондент РАН (Уральский институт управления — филиал РАНХиГС, Россия); **Эндер Демир**, Университет Рейкьявика (Рейкьявик, Исландия); **Ж. Ришар**, PhD, профессор (Университет Париж-Дофин, Франция); **Роберт Филлипсон**, PhD, почетный профессор (Копенгагенская школа бизнеса, Дания).

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ НАУЧНОГО НАПРАВЛЕНИЯ

**Е. В. Шелестюк**, доктор филологических наук, доцент, председатель редакционной коллегии (Челябинск); **Т. В. Борисенко**, кандидат филологических наук, заместитель председателя редакционной коллегии (Челябинск); **Е. Н. Бекасова**, доктор филологических наук, профессор (Оренбург); **Г. К. Валеев**, кандидат филологических наук, доцент (Челябинск); **Т. А. Воронцова**, доктор филологических наук, профессор (Челябинск); **Е. И. Голованова**, доктор филологических наук, профессор (Челябинск); **С. Ю. Двинина**, кандидат филологических наук (Челябинск); **М. В. Загидуллина**, доктор филологических наук, профессор (Челябинск); **Л. А. Месеняшина**, доктор педагогических наук, профессор (Челябинск); **А. А. Миронова**, доктор филологических наук, доцент (Челябинск); **Л. А. Нефёдова**, доктор филологических наук, профессор (Челябинск); **Н. С. Олизько**, доктор филологических наук, профессор (Челябинск); **С. А. Питина**, доктор филологических наук, профессор (Челябинск); **О. Ю. Редькина**, кандидат филологических наук (Челябинск); **Ал. А. Селютин**, кандидат филологических наук, доцент (Челябинск); **А. А. Селютин**, кандидат филологических наук, доцент (Челябинск); **Е. М. Хакимова**, доктор филологических наук, профессор (Челябинск); **Т. В. Чернышова**, доктор филологических наук, профессор (Барнаул); **Марьям Шафаги**, кандидат филологических наук (Университет имени Алламе Табатабаи, Иран); **Маджид Эстири**, кандидат филологических наук (Государственный университет Гонбад-Каус, Иран).

Журнал выходит 12 раз в год

Адрес издателя:  
Россия, 454001, Челябинск,  
ул. Братьев Кашириных, 129

Адрес редакции:  
Россия, 454001, Челябинск,  
ул. Братьев Кашириных, 129

Адрес редакции научного  
направления  
«Филологические науки»:  
Россия, 454084, Челябинск,  
пр. Победы, 162в  
Тел.: (351) 799-70-26  
e-mail: russlang@csu.ru

С требованиями к оформлению  
статей можно ознакомиться на сайте  
[http://journals.csu.ru/index.php/  
BulletinCSU](http://journals.csu.ru/index.php/BulletinCSU)

Редакция журнала может  
не разделять точку зрения авторов  
публикаций

Ответственность за содержание  
статей и качество перевода аннотаций  
несут авторы публикаций

Журнал зарегистрирован  
в Роскомнадзоре.  
Свидетельство ПИ № ФС77-66312  
от 01.07.2016

Индекс 33077  
в каталоге «Пресса России»

Корректурa *М. В. Трифионовой*  
Верстка *М. В. Трифионовой*

Подписано в печать 09.07.24.  
Выход в свет 16.07.24.  
Формат 60×84 1/8. Бумага офсетная.  
Гарнитура Times. Усл. печ. л. 16,5.  
Уч.-изд. л. 14,0.  
Тираж 500 экз. Заказ 306.  
Цена свободная

Отпечатано:  
Издательство Челябинского  
государственного университета  
Россия, 454021, Челябинск,  
ул. Молодогвардейцев, 576

12+

Журнал включен в перечень рецензируемых научных журналов,  
утвержденный ВАК Минобрнауки РФ, по отраслям:  
экономические науки, филологические науки, философские науки.

Издание включено в базы данных: UlrichsWeb Global Serials Directory;  
EBSCO's research collections.



**FOUNDER**

Chelyabinsk State University (CSU)

**Editor-in-chief**

*S. V. Taskaev*, Dr. Sci. (Physics and Mathematics), Prof. (Assoc.)

**Executive secretary**

*A. V. Mayorov*, Dr. Sci. (Law), Prof. (Assoc.), Member of ASEP

**EDITORIAL COUNCIL**

**N. N. Boldyrev**, Dr. Sci. (Philology), Prof. (G. R. Derzhavin Tambov State University, Russia); **Y. A. Bubnov**, Dr. Sci. (Philosophy), Prof. (Voronezh State University, Russia); **E. I. Golovanova**, Dr. Sci. (Philology), Prof. (Chelyabinsk State University, Russia); **M. R. Zheltukhina**, Dr. Sci. (Philology), Prof. (Volgograd State Socio-Pedagogical University, Russia); **R. M. Katchalov**, Dr. Sci. (Economics), Prof. (Central Economics and Mathematics Institute of RAS, Russia); **A. B. Nevelev**, Dr. Sci. (Philosophy), Prof. (Chelyabinsk State University, Russia); **R. M. Nizhegorodtsev**, Dr. Sci. (Philosophy), Prof. (Institute of Control Sciences of RAS, Russia); **S. A. Pitina**, Dr. Sci. (Philology), Prof. (Chelyabinsk State University, Russia); **E. V. Popov**, Dr. Sci. (Philosophy), Prof., Corresponding Member of RAS (Ural Institute of Management — branch of RANEPa, Russia); **E. Demir**, PhD, University of Reykjavik, (Reykjavik, Iceland); **J. Richard**, PhD, Prof. (Paris-Dauphine University, France); **R. Phillipson**, PhD, Prof. Emer. (Copenhagen Business School, Denmark).

**EDITORIAL BOARD OF SCIENTIFIC DIRECTION**

**E. V. Shelestyuk**, Dr. Sci. (Philology), Prof. (Assoc.), Chairperson of Editorial Board (Chelyabinsk); **T. A. Borisenko**, Cand. Sci. (Philology), Deputy Chairperson of Editorial Board (Chelyabinsk); **E. N. Bekasova**, Dr. Sci. (Philology), Prof. (Orenburg); **G. K. Valeev**, Cand. Sci. (Philology), Prof. (Assoc.) (Chelyabinsk); **T. A. Vorontsova**, Dr. Sci. (Philology), Prof. (Chelyabinsk); **E. I. Golovanova**, Dr. Sci. (Philology), Prof. (Chelyabinsk); **S. Yu. Dvinina**, Cand. Sci. (Philology) (Chelyabinsk); **M. V. Zagidullina**, Dr. Sci. (Philology), Prof. (Chelyabinsk); **L. A. Mesenyashina**, Dr. Sci. (Pedagogical), Prof. (Chelyabinsk); **A. A. Mironova**, Dr. Sci. (Philology), Prof. (Assoc.) (Chelyabinsk); **L. A. Nefedova**, Dr. Sci. (Philology), Prof. (Chelyabinsk); **N. S. Olizko**, Dr. Sci. (Philology), Prof. (Chelyabinsk); **S. A. Pitina**, Dr. Sci. (Philology), Prof. (Chelyabinsk); **O. Yu. Redkina**, Cand. Sci. (Philology) (Chelyabinsk); **Al. A. Selyutin**, Cand. Sci. (Philology), Prof. (Assoc.) (Chelyabinsk); **A. A. Selyutin**, Cand. Sci. (Philology), Prof. (Assoc.) (Chelyabinsk); **E. M. Khakimova**, Dr. Sci. (Philology), Prof. (Chelyabinsk); **T. V. Chernyshova**, Dr. Sci. (Philology), Prof. (Barnaul); **M. Shafaghi**, Cand. Sci. (Philology) (Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran); **M. Estiri**, Cand. Sci. (Philology) (Gonbad Kavous University, Iran)

The journal is included into the list of peer-reviewed journals, approved by the State Commission for Academic Degrees and Titles of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation, in the following branches of knowledge: Economic Sciences, Philological Sciences, and Philosophical Sciences.

This journal is currently listed in: UlrichsWeb Global Serials Directory; EBSCO's research collections.

The journal is published  
12 times per year

Address of Publisher:  
129 Bratiev Kashirinykh St.,  
Chelyabinsk, 454001, Russia

Editorial office address:  
129, Bratiev Kashirinykh St.,  
Chelyabinsk, 454001, Russia

“Philological Sciences”  
editorial office address:  
162v, Prospect Pobedy,  
Chelyabinsk, 454084, Russia  
Telephone: + 7(351) 799-70-26  
e-mail: russlang@csu.ru

All the requirements  
are available on the web-site  
[http://journals.csu.ru/index.php/  
BulletinCSU](http://journals.csu.ru/index.php/BulletinCSU)

The Editorial Board may not share  
the views of the authors

Authors are responsible  
for the article content and quality  
of abstract translation

Academic periodical  
is registered  
in Federal Supervision Agency  
for Information Technologies  
and Communications  
Certificate ПИ № ФЦ77-66312  
dated 01.07.2016

Index 33077  
in the “Press of Russia” catalog

Proofreader *M. V. Trifonova*  
Imposition by *M. V. Trifonova*

Approved for printing 09.07.24.  
Date of publication 16.07.24.  
Format 60×84 1/8. Litho paper.  
Font Times.  
Conventional print. sh. 16,5.  
Ac.-publ. sh. 14,0.  
Circulation 500 copies.  
Order 306. Open price

Printed:  
Publishing Office  
of Chelyabinsk State University  
57b Molodogvardeitsev St.,  
Chelyabinsk, 454021, Russia

---

---

## СОДЕРЖАНИЕ

---

---

### ТЕРМИНОСИСТЕМЫ, ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКАЯ СЕМАНТИКА, ПЕРЕВОД ТЕРМИНОВ

- Голованова Е. И.* Реализация семантического потенциала общеупотребительной лексемы в составных терминах (на примере прилагательного «прямой») . . . . . 7
- Чикнаверова К. Г.* Способы перевода юридической лексики, содержащей прилагательные-цветообозначения, на русский язык . . . . . 15

### ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ, ОНОМАСТИКА

- Азнабаева А. Ф., Шпар Т. В., Иванова Л. Р.* Имя личное как эмотивная лексическая единица в условиях билингвизма в полиэтнической языковой среде в свете теории языкового позитива . . . . . 26
- Креницына Е. С., Питина С. А.* Классификация лингвокультурного типажа *писатель* (на материалах романа Р. Баха «Хорёк-писатель в поисках музыки») . . . . . 37
- Масгутова М. Ф.* Особенности функционирования эргонимов в русском языке . . . . . 45
- Таскаева А. В., Питина С. А., Песина С. А.* Неофициальные топонимы и микротопонимы как маркеры городской идентичности . . . . . 52

### СТИЛИСТИКА, ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ПРАГМАТИКА, МЕДИАЛИНГВИСТИКА, ДИСКУРСОЛОГИЯ

- Аштиани Мадждабади К. Н., Салими А. К.* Языковая специфика способов выражения просьбы в русской и персидской деловой корреспонденции . . . . . 60
- Бен Шушан А. А.* Проблема эффектуации эмпатогенной ситуации общения на иллокутивное функционирование эмпатийных речевых поступков . . . . . 68
- Басовская Е. Н., Воронцова Т. А.* Аллюзивные заголовки в СМИ: аксиологический аспект . . . . . 76
- Воронцова Т. А.* Научно-популярный лингвистический дискурс в СМИ: актуализация лингвистических знаний в массмедиа . . . . . 85

### ПСИХОЛИНГВИСТИКА, ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ ЛИНГВИСТИКА, ЛИНГВИСТИКА ТЕКСТА

- Ионкина Е. Ю., Евтушенко О. А., Шестакова О. А.* Интервью с руководителем: психолингвистические основы исследования (на материале английской прессы) 93
- Тугай Л. А., Миронова А. А.* Психолингвистический подход к исследованию текстов мошеннического дискурса . . . . . 107
- Федяева Н. Д., Харитонова И. С.* Представления о русском языке в сознании преподавателей русского языка как иностранного (на материале психолингвистического эксперимента) . . . . . 114

---

**СОЦИОЛИНГВИСТИКА, ЯЗЫКОВАЯ ПОЛИТИКА,  
СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ РАЗВИТИЕ**

*Филлипсон Р.* Преемственность в дискурсе о продвижении английского языка с XIX века по настоящее время . . . . . 123

**ДИСКУРСОЛОГИЯ, ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА**

*Хохловская О. Г., Чернявская К. Е.* Лингвистические маркеры экстремизма исламистских текстов религиозного жанра «проповедь»: методологический аспект . . . . . 135

---

---

## CONTENTS

---

---

### TERMINOLOGICAL SYSTEMS, TERMINOLOGICAL SEMANTICS, TRANSLATION OF TERMS

- Golovanova E. I.* Realization of the Semantic Potential of a Common Lexeme in Compound Terms  
(Using the Adjective “Pryamoi” as an Example) . . . . . 7
- Chiknaverova K. G.* Approaches to Translating Legal Vocabulary Containing Colour Adjectives  
into Russian . . . . . 15

### LINGUOCULTUROLOGY, ONOMASTICS

- Aznabaeva A. F., Shpar T. V., Ivanova L. R.* Proper Name as an Emotive Lexical Unit  
under Bilingualism in a Multiethnic Linguistic Environment in the Light of Language  
Positivity Theory. . . . . 26
- Krinitssyna E. S., Pitina S. A.* Classification of the Linguistic and Cultural Type “Writer”  
(Based on the Materials of R. Bach’s Novel “Writer Ferrets: Chasing the Muse”) . . . . . 37
- Masgutova M. F.* Peculiarities of Functioning of Ergonyms in the Russian Language . . . . . 45
- Taskaeva A. V., Pitina S. A., Pesina S. A.* Unofficial Place Names and Minor Place Names as Markers  
of Urban Identity . . . . . 52

### STYLISTICS, LINGUISTIC PRAGMATICS, MEDIA LINGUISTICS, DISCOURSEOLOGY

- Ashtiani Majdabadi K. N., Salimi A. K.* Language-Specific Ways of Expressing Request in Russian  
and Persian Business Correspondence . . . . . 60
- Ben Shushan A. A.* The Problem of the Effectuation of an Empathogenic Communicative Situation  
on the Illocutionary Functioning of Empathic Speech Acts. . . . . 68
- Basovskaya E. N., Vorontsova T. A.* Allusive Headlines in the Media: Axiological Aspect . . . . . 76
- Vorontsova T. A.* Popular Science Linguistic Discourse in Mass Media: Updating Linguistic  
Knowledge . . . . . 85

### PSYCHOLINGUISTICS, EXPERIMENTAL LINGUISTICS, TEXT LINGUISTICS

- Ionkina E. Yu., Evtushenko O. A., Shestakova O. A.* Interview with the Manager: Psycholinguistic  
Foundations of the Study (Based on the Material of the English Press). . . . . 93
- Tugai L. A., Mironova A. A.* The Psycholinguistic Approach to the Study of Fraudulent Discourse  
Texts . . . . . 107
- Fedyayeva N. D., Kharitonova I. S.* Perceptions of the Russian Language in the Minds of Teachers  
of Russian as a Foreign Language (Based on a Psycholinguistic Experiment) . . . . . 114

---

**SOCIOLINGUISTICS, LANGUAGE POLICY, SOCIOCULTURAL DEVELOPMENT**

***Phillipson R.*** Continuity in the Discourse on the Promotion of the English Language  
from the 19th Century until Now ..... 123

**DISCOURSEOLOGY, LINGUISTIC EXPERTISE**

***Khokhlovskaya O. G., Chernyavskaya K. E.*** Linguistic Markers of Extremism in Islamist Texts  
of the Religious Genre “Sermon”: Methodological Aspect ..... 135

---

---

# ТЕРМИНОСИСТЕМЫ, ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКАЯ СЕМАНТИКА, ПЕРЕВОД ТЕРМИНОВ

## TERMINOLOGICAL SYSTEMS, TERMINOLOGICAL SEMANTICS, TRANSLATION OF TERMS

---

---

*Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 5 (487). С. 7–14.*  
*Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(5(487):7-14.*

Научная статья

УДК 81'27

doi: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-7-14

### РЕАЛИЗАЦИЯ СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ОБЩЕУПОТРЕБИТЕЛЬНОЙ ЛЕКСЕМЫ В СОСТАВНЫХ ТЕРМИНАХ (на примере прилагательного «прямой»)

**Елена Иосифовна Голованова**

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, terminolog2011@rambler.ru

**Аннотация.** Статья посвящена проблеме взаимодействия терминологии с естественным языком и вопросу семантического развития общеупотребительного слова в языках для специальных целей. Утверждается, что наряду с конструированием обозначений на основе греко-латинских терминологических элементов и заимствованием из других языков термины создаются с использованием средств естественного языка морфологическим, синтаксическим, морфолого-синтаксическим или семантическим путем. При этом в терминологии своеобразно используется семантический потенциал слов общего употребления: профилируются именно те лексические значения, которые позволяют точно передать содержание понятий в определенной области специального знания. В центре внимания автора находится прилагательное «прямой», которое функционирует как компонент составных терминов в целом ряде областей знания и деятельности: лингвистике, математике, физике, биологии, юриспруденции, военном деле, медицине и др. На основе данных этимологических словарей выявляется семантический потенциал прилагательного в естественном языке и определяются варианты его реализации в терминологии. Показано, что доминирующим в специальных областях знания и деятельности при использовании слова *прямой* является значение 'непосредственно относящийся к чему-л., непосредственно связанный с чем-л.'. За этим значением стоит концептуальный признак временной и пространственной смежности предметов и явлений, наличия системных отношений между ними. Выделенное в общелитературных толковых словарях в качестве основного у прилагательного *прямой* значение 'ровно вытянутый в каком-л. направлении, без изгибов', то есть связанное с восприятием внешнего вида, формы предмета, не является первостепенным в сферах специального знания и деятельности, хотя данное значение и представлено в составе терминологических единиц (*прямая кишка, прямое сверло, прямой крой* и т. п.). В лингвистической и математической терминологии у прилагательного *прямой* актуализируется значение 'первичный', не зафиксированное словарями общелитературного языка, а в математике и некоторых других областях реализуется значение 'равный, соотносительный' как результат семантического развития слова.

**Ключевые слова:** термин, терминология, естественный язык, общеупотребительное слово, семантический потенциал, семантическое развитие слова

**Для цитирования:** Голованова Е. И. Реализация семантического потенциала общеупотребительной лексемы в составных терминах (на примере прилагательного «прямой») // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 5 (487). С. 7–14. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-7-14.

## REALIZATION OF THE SEMANTIC POTENTIAL OF A COMMON LEXEME IN COMPOUND TERMS (Using the Adjective “Pryamoi” as an Example)

Elena I. Golovanova

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, terminolog2011@rambler.ru

**Abstract.** The article is devoted to the problem of the interaction of terminology with natural language and the issue of the semantic development of a commonly used word in languages for special purposes. It is argued that along with the construction of designations based on Greek-Latin term elements and borrowing from other languages, terms are created using natural language tools in a morphological, syntactic, morphological-syntactic or semantic way. At the same time, the terminology uses the semantic potential of words of general use in a peculiar way: it profiles precisely those lexical meanings that allow you to accurately convey the content of concepts in a certain area of special knowledge. The author focuses on the adjective “direct”, which functions as a component of compound terms in a number of fields of knowledge and activity: linguistics, mathematics, physics, biology, law, military affairs, medicine, etc. Based on etymological dictionaries, the semantic potential of an adjective in a natural language is revealed and variants of its implementation in terminology are determined. It is shown that the dominant meaning in special fields of knowledge and activity when using the word direct is ‘directly related to something’. Behind this meaning is a conceptual sign of the temporal and spatial adjacency of objects and phenomena, the presence of systemic relations between them. Highlighted in general literary explanatory dictionaries as the main adjective of the direct meaning ‘exactly elongated in some l. in the direction without bends’, that is, related to the perception of the appearance, shape of the object, is not paramount in the fields of special knowledge and activity, although this meaning is represented as part of terminological units (rectum, straight drill, straight cut, etc.) In linguistic and mathematical terminology, the adjective direct actualizes the meaning of ‘primary’, which is not fixed by dictionaries of the general literary language, but in mathematics and some other fields the meaning of ‘equal, correlative’ is realized as a result of the semantic development of the word.

**Keywords:** term, terminology, natural language, common word, semantic potential, semantic word development

**For citation:** Golovanova EI. Realization of the Semantic Potential of a Common Lexeme in Compound Terms (Using the Adjective “Pryamoi” as an Example). *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2024;(5(487):7-14. (In Russ.). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-7-14.

### Введение

Одной из важных проблем изучения термина является взаимодействие терминологии с естественным языком: наряду с конструированием обозначений на основе греко-латинских терминологических элементов и заимствованием из других языков термины по-прежнему создаются с использованием средств естественного языка морфологическим, синтаксическим, морфолого-синтаксическим или семантическим путем. При этом в терминологии своеобразно используется семантический потенциал слов общего употребления: профилируются именно те лексические значения, которые позволяют точно передать содержание понятий в определенной области специального знания [6].

В настоящей статье предлагается рассмотреть особенности использования семантического потенциала общелитературной лексемы в терминологии на примере номинативных сочетаний с прилагательным «прямой». Какая-то часть этих терминов имеет соответствия в иноязычных терминосистемах, но некоторые наименования выступают уникальным для изучения материалом.

Как отмечал академик В. В. Виноградов, рассуждая о семантических изменениях слова, «мышление находит свое выражение и отражение в слове так же, как и во всем строе языка» [5, с. 5].

### Семантический потенциал прилагательного «прямой» (по данным этимологических словарей) и варианты его реализации в лингвистических терминах

Значительная часть составных терминов, включающих компонент «прямой», представлена в лингвистической терминологии. Достаточно привести такие наименования, как *прямая речь*, *прямое значение слова*, *прямое дополнение*, *прямой порядок слов*. В каждом из названных терминов у прилагательного актуализированы разные значения: *прямая речь* — это чужая речь, переданная **дословно, без искажений** [9, с. 404; 10, с. 259]; *прямое значение слова* — **основное** значение слова [10, с. 260]; *прямое дополнение* — «дополнение, в котором предметно-процессное отношение имеет характер **непосредственного** воздействия на предмет, полностью охватываемый

процессом» [1, с. 142]; *прямой порядок слов* — «то же, что порядок слов **нормальный**» [1, с. 373]; «такое расположение составляющих предложения, которое является общепринятым, наиболее распространенным в речи на данном языке» [1, с. 340]. В качестве наиболее значимых признаков терминируемых понятий здесь, как видим, выделены признаки «неискаженный», «основной», «непосредственный» и «нормальный». Разумеется, эти признаки не являются тождественными, хотя все они так или иначе коррелируют с семантическим потенциалом слова *прямой* в общенациональном языке.

Как отмечает М. Фасмер, *прямой* восходит к древнерусскому слову *прямь* со значением «прямой, правильный, честный, простой», которое соотносится со старославянским *прѣмь*, сербохорватским *према* «напротив», польским *uprzejmy* «вежливый, искренний», первоначально «прямой, открытый». Лингвист усматривает связь этого слова с греческим *πρόμος* «передний, стоящий во главе», др.-исл. *framr* «годный, хороший, смелый», ср.-в.-н. *vrit* «полезный, способный, порядочный» [16, с. 394–395].

В «Историко-этимологическом словаре современного русского языка» П. Я. Черных указывается, что в древнерусском языке первоначально (с XI в.) были представлены предлог «прямо» со значением «против», «вперед», «по направлению к» и наречия «прямь», «прѣмь» в значении «прямо», «правильно»; прилагательное *прямый* встречается в древнерусских письменных памятниках с XIII в. Автор утверждает, что данное слово является трудным в этимологическом отношении, вероятнее всего, оно восходит к индоевропейскому корню *\*per-* (: *\*prai-*): *\*pro-*. Здесь же приводятся три значения прилагательного *прямой*: 1) «простирающийся ровно, в одном направлении (вперед), без изгибов или уклонов»; 2) (только полн. ф.) «непосредственно относящийся к чему-кому-л.»; 3) «бесхитростный», «откровенный» [17, с. 78].

В «Этимологическом словаре современного русского языка» А. К. Шапошникова указывается, что данное слово возникло из праслав. *\*прѣмь* на базе наречия *\*прѣмо*, восходящего к и.-е. основе *\*prai-*: *\*pro-*: *\*prō-* со значением «вперед, впереди». Автор приводит семь значений прилагательного в современном русском языке: «1) ровно идущий в каком-л. направлении, **без изгибов**; 2) *полн. ф.* непосредственно следующий куда-л., соединяющий что-л. **без промежуточных пунктов**; 3) *полн. ф.* **непосредственно** относящийся

к кому-, чему-л., непосредственно вытекающий из чего-л.; 4) **явный, открытый**; 5) **правдивый**, откровенный, нелицемерный; 6) *полн. ф.* **действительный**, настоятельно необходимый, безусловный (*разг.*); 7) *полн. ф.* **полный, совершенный**; такой, при котором увеличение (уменьшение) одного вызывает увеличение (уменьшение) другого» [выделено нами. — Е. Г.] [19, с. 241].

О различиях в использовании общеупотребительного слова в качестве терминоэлемента свидетельствуют противопоставленные понятия, выраженные с помощью разных атрибутивных элементов словосочетания (именно эту особенность считает значимой С. Е. Никитина при определении статуса прилагательного в терминосистеме: является ли оно самостоятельным термином или его следует рассматривать только в составе конкретного «сложного термина» [11, с. 87]). Для приведенных нами лингвистических терминов антонимами выступают: *прямая речь* — *косвенная речь*, *прямое значение* — *переносное значение*, *прямое дополнение* — *косвенное дополнение*, *прямой порядок слов* — *обратный порядок слов*.

В «Словаре лингвистических терминов» О. С. Ахмановой, а также в «Историческом словаре русской лингвистической терминологии» Е. А. Шерстянниковой [18] представлен еще ряд наименований, включающих атрибутивный элемент «прямой». Анализ дефиниций этих терминов позволил сгруппировать их в четыре разряда в зависимости от актуализации значений прилагательного.

Самую многочисленную группу лингвистических терминов с компонентом «прямой» (8 единиц) объединяет актуализация значения 'первичный', 'истинный': *прямое значение (слова)*, *прямой надеж* (именительный), *прямая форма глагола* (инфинитив), *прямой предлог* (непроизводный), *прямое наклонение* (изъявительное), *прямое согласование*, *прямая переходность*, *прямой вопрос*. Квалификаторами указанного значения прилагательного в дефинициях выступают слова: «основной», «самостоятельный», «первичный», «в собственном смысле». Например, термин *прямой вопрос* имеет следующее определение: «вопрос в собственном смысле слова, т. е. содержание вопросительного предложения как обращения к слушающему за информацией (в отличие от косвенного вопроса, лишь сообщающего о такой ситуации)» [1, с. 84].

Вторая группа составных терминов (5 единиц) выделена нами на основе реализации значения прилагательного 'непосредственный': *прямое за-*

имствование (из одного языка в другой), *прямой перевод, прямое дополнение, прямое управление, прямой объект*. Квалификаторами этого значения в дефинициях терминов выступают слова «непосредственно», «непосредственный», «без посредства». Например, у термина *прямое управление* в словаре О. С. Ахмановой приводятся синонимы *управление беспредложное, управление непосредственное* и дается следующее определение: «управление, осуществляемое данной лексемой без посредства предлога в качестве связующего служебного слова» [1, с. 486].

Третья группа терминов с компонентом «прямой» (4 единицы) актуализирует значение ‘содержательно не осложненный’: *прямой порядок слов, прямая коммуникация, прямой речевой акт, прямое сложное слово*. Квалификаторами этого значения в дефиниции выступают слова: «нормальный», «нормированный», «естественный». Например, В. В. Дементьев определяет прямую коммуникацию как упорядоченную, нормированную, формализованную, противопоставляя ее непрямой коммуникации как неупорядоченной, ненормированной, неформализованной, содержательно усложненной коммуникации, «в которой понимание высказывания предполагает учет смыслов, отсутствующих в высказывании и требующих дополнительных интерпретационных усилий со стороны адресата» (подробнее см.: [7]).

И наконец, четвертая группа терминов представлена двумя составными наименованиями, актуализирующими значение ‘неискаженный’: *прямая речь, прямое цитирование*. Квалификаторами в дефинициях являются слова «неизменно», «буквально», «дословно», «дословный». Например: *прямое цитирование* — «дословное воспроизведение чужой речи» [1, с. 511].

Сопоставление актуальных значений слова «прямой» в составе лингвистических терминов с его семантическим потенциалом (включая значения, представленные в памятниках письменности) позволяет утверждать, что важнейшими для лингвистического знания концептуальными признаками, реализуемыми прилагательным *прямой*, являются признаки «простой», «первичный», «непосредственный», «истинный».

#### Варианты реализации семантического потенциала прилагательного «прямой» в других терминологиях

Как показал анализ лингвистических терминов, для выражения понятий с противоположным значением в терминологии чаще всего ис-

пользуется прилагательное *косвенный*, менее употребительны компоненты *обратный, непрямой, вторичный, переносный* и др. Устаревшим значением слова *косвенный* является ‘косой’ (сравните с антонимом слова *прямой* в русском языке — *кривой*). В связи с этим обращают на себя внимание противопоставленные понятия в типографской терминологии: *прямой шрифт* — *наклонный шрифт* (разновидностью последнего является *косой шрифт*). Прямым называется шрифт, у которого основные штрихи в большинстве букв **перпендикулярны** к их нижней линии. Если же основные штрихи букв наклонены по отношению к вертикали вправо или влево приблизительно на 15 градусов и образуют с нижней линией шрифта угол приблизительно в 75 градусов, а начертание всех букв построено по принципу прямого шрифта, такой шрифт называется наклонным. Шрифт, который характеризуется наклоном влево, называется *косой*, или *шрифт с обратным наклоном* [15]. Таким образом, в данных номинациях актуализирована связь слова *прямой* не только с формой денотата, но и с представлением о его типичном положении в пространстве — строго вертикальном (ср. *прямоствоящие стебли* — в биологии).

Значимость вертикального положения предмета обнаруживается и в морском термине *прямой парус*. В определении указывается, что это парус, имеющий форму равнобокой трапеции, устанавливаемый **поперек** судна и крепящийся к реям [3, с. 1041]. Следовательно, зафиксированное в этимологических словарях значение «напротив» в данном случае оказывается вполне релевантным: парус, поставленный **против** попутного ветра, позволяет судну развивать высокую скорость.

О связи с признаком «противоположный», «перпендикулярный» свидетельствует в физике термин *прямой скачок уплотнения* — скачок уплотнения, поверхность которого **перпендикулярна** направлению потока газа<sup>1</sup>. В математике *прямой* называется призма, у которой боковые ребра **перпендикулярны** плоскости основания. В портняжной терминологии *прямой ворот* — стоячий ворот, застегивающийся посередине (его расположение перпендикулярно линии плеч). В рентгенографии снимок в *прямой проекции* оз-

<sup>1</sup> Здесь и далее при отсутствии указания на конкретный лексикографический источник приводятся определения из терминологических словарей, размещенных на сайте «Словари и энциклопедии на Академике» (<https://dic.academic.ru/>).

начает, что излучение проходит через исследуемый участок строго в переднезаднем направлении (то есть рентгеновские лучи направлены перпендикулярно по отношению к плоскости тела человека; противоп. *боковая проекция*).

Большое количество терминов, включающих компонент «прямой», представлено в физике и математике. В математике, например, актуализированы следующие значения:

(1) 'первичный', ср.: *прямой двоичный код* (на его основе строится обратный, а затем дополнительный двоичный код), *прямая линия* — алгебраическая линия первого порядка в декартовой системе координат; простейшая из линий; *прямая задача* — определение чего-л. по заданным параметрам;

(2) 'равный, соотносительный', ср.: *прямой угол* — угол, равный своему смежному; *прямая пропорциональность* — взаимозависимость двух величин с неизменным соотношением их значений; *прямая проекция* — картографическая проекция, данная уравнениями.

Второе из приведенных значений редко актуализируется в словарях, но оно присутствует и в других терминологиях. Например, в тепловых двигателях применяется *прямой термодинамический цикл*, при котором к рабочему телу подводится большее количество теплоты при большей температуре и отводится меньшее количество теплоты при более низкой температуре. Следовательно, речь идет о равновеликом соответствии. В производственной технологии используется понятие *прямоток*, под которым понимается **однаковое** направление потоков жидкости или газа (используется в теплообмене, в химической промышленности).

Обращает на себя внимание, что в терминологиях многих областей деятельности при использовании терминологического элемента *прямой* значим концептуальный признак «без промежуточных стадий» (простой, не осложненный путь достижения результата).

В металлургической терминологии: *прямое получение железа (прямое восстановление)* — процесс получения железа и стали непосредственно из железорудных материалов, минуя стадию выплавки чугуна в доменных печах [12, с. 426].

В сельскохозяйственной терминологии: *прямое комбайнирование* — такое, при котором получение основной продукции происходит за один проход уборочного агрегата [14].

В политехническом словаре зафиксирован термин *прямые красители* — органические краси-

тели, окрашивающие волокно без применения протрав (противоп. *протравные красители*) [12, с. 427].

В транспортной терминологии: *прямое сообщение* (беспересадочное), *прямой рейс* (ср. в общем употреблении — прямой поезд, прямой самолет).

В биологии: *прямое деление клетки* — простое деление ядра клетки надвое (процесс, при котором одна клетка делится на две идентичные клетки; противоп. *непрямое деление клетки*).

В терминологии теле- и радиовещания: *прямое вещание, прямое включение, прямой эфир, прямая трансляция* — передача в эфир телевизионного или радиосигнала с места записи в режиме реального времени.

*Прямые выборы* — выборы, при которых избиратели непосредственно выбирают главу государства или депутатов в представительные органы (противоп. *косвенные выборы*).

В терминологии маркетинга: *прямой маркетинг* — вид продвижения, который предполагает передачу информации о продукте, услуге или компании потребителям без привлечения третьих лиц [8].

Последние примеры можно интерпретировать и как примеры актуализации концептуального признака «непосредственный». Этот признак, пожалуй, является самым востребованным в различных терминологических системах.

В финансовой терминологии: *прямое банковское кредитование* — **непосредственное** участие банка своими ссудами в формировании основных и оборотных средств предприятий, компаний); аналогично: *прямое налогообложение, прямое ассигнование*.

В физической терминологии: *прямое измерение* — нахождение значения искомой физической величины **непосредственным** измерением при помощи измерительного инструмента или прибора (противоп. *косвенное измерение*). Ср. также: *прямое облучение, прямое парообразование, прямое силовое воздействие* (поля на частицу).

В юриспруденции: *прямое доказательство* — доказательство, при котором справедливость суждения (тезиса доказательства) **непосредственно** обосновывается на основе истинности приводимых аргументов (отсутствие между доказательством и доказываемым тезисом каких-либо промежуточных переходов; противоп. *косвенное доказательство*).

В военной терминологии: *прямая наводка* — наводка орудия, при которой оптическая ось (перекрестие) прицела совмещается **непосредствен-**

но с целью (при стрельбе с открытых огневых позиций); *прямое попадание* — попадание боеприпаса (артиллерийского снаряда, мины, боевой части ракеты, авиабомбы, торпеды и т. п.) **непосредственно** в цель.

В компьютерной терминологии: *прямой доступ к памяти* — способ передачи и получения информации от внутреннего и внешнего устройств в оперативном запоминающем устройстве **без обращения** к центральному процессору компьютера [2, с. 434].

В медицинской терминологии: *прямое переливание крови* — **непосредственно** от донора к больному, *прямой массаж сердца* — на **открытом** сердце [3, с. 1041].

В литературоведческой терминологии: *прямая экспозиция* — **непосредственно** данная в тексте предыстория события или событий, лежащих в основе литературного сюжета (противоп. *рассеянная экспозиция*) [13, с. 284].

В терминологии маркетинга: *прямая продажа* — сделка купли-продажи, заключаемая между продавцом и покупателем **без посредников** [8].

Ср. также: *системы прямого увлажнения воздуха, клапаны прямого действия, регулирующая арматура прямого действия* и др.

В ходе исследования мы обратили внимание на то, что выделенное в общелитературных толковых словарях в качестве основного у прилагательного *прямой* значение «ровно вытянутый в каком-л. направлении, без изгибов», то есть связанное с восприятием внешнего вида, формы предмета, не является доминирующим в сферах специального знания и деятельности. Хотя в терминологии это значение также может быть актуальным: *прямая кишка* — мед., *прямое сверло* — техн., *прямой крой* — портн., *прямое весло*, *прямой удар по воротам* — спорт., *прямой диван* — меб. и т. д. Чаще всего это значение реализуется в терминах сложной морфологической структуры (с элементом *прямо-*): *прямобортный, прямокрылый, прямозубый, пряморастущий, прямослойный, прямоствольный*.

То же касается и направления движения. Так, например, в политехническом справочнике, размещенном на academic.ru и содержащем 31 статью со словом «прямой» и 29 статей со сложным

словом, включающим элемент *прямо-*, представлен термин *прямая лопата*. Из определения следует, что это рабочий орган одноковшового экскаватора в виде укрепленного на рукояти ковша, копающего в направлении от машины и вверх [4]. В данном наименовании прилагательное актуализирует характерное направление движения объекта (вперед), зафиксированное в этимологических словарях.

О прямой линии, выстраиваемой умозрительно (причем эта линия может быть как горизонтальной, так и вертикальной), свидетельствуют следующие термины.

В юридической терминологии: *прямая линия родства* — родословная от отца к сыну, от сына к внуку (ср. *прямой наследник*).

В медицинской терминологии: *прямой билирубин* — выводимый из организма с желчью (противоп. *непрямой билирубин* — нерастворимый в воде, поэтому выпадающий в осадок).

В военной терминологии: *прямой выстрел* — выстрел из огнестрельного оружия, при котором траектория снаряда (пули) образует прямую линию, не поднимаясь над заданной высотой цели.

В астрономии: *прямое движение планет* — наблюдаемое с Земли перемещение планет с запада на восток, в соответствии с движением вокруг Солнца.

### Заключение

Проведенный анализ показал, что доминирующим для специальных областей знания и деятельности при использовании прилагательного *прямой* в качестве терминоэлемента оказывается значение «непосредственно относящийся к чему-л., непосредственно связанный с чем-л.». За этим значением стоит концептуальный признак временной и пространственной смежности предметов и явлений, а также их зависимости друг от друга, наличия системных отношений между ними. В лингвистической и математической терминологии у прилагательного *прямой* актуализируется значение «первичный», не зафиксированное словарями литературного языка, а в математике и некоторых других областях реализуется значение «равный, соотносительный» как результат семантического развития слова.

### Список источников

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. 4-е изд., стер. М. : КомКнига, 2007. 576 с.
2. Большая иллюстрированная энциклопедия : в 32 т. Т. 22. М. : Астрель, 2010. 501 с.
3. Большой толковый словарь русского языка / гл. ред. С. А. Кузнецов. СПб. : Норинт, 2008. 1536 с.

4. Большой энциклопедический политехнический словарь. URL: <https://rus-big-polyteh-dict.slovaronline.com/> (дата обращения: 17.01.2024).
5. Виноградов В. В. Слово и значение как предмет историко-лексикологического исследования // Виноградов В. В. История слов / Рос. академия наук ; отв. ред. Н. Ю. Шведова. М. : Азъ, 1999. С. 5–38.
6. Голованова Е. И. Семантика слова в профессиональном языке // Новая Россия: традиции и инновации в языке и науке о языке : сб. ст. Екатеринбург : Кабинетный ученый, 2016. С. 43–55.
7. Дементьев В. В. Теория речевых жанров. М. : Знак, 2010. 600 с.
8. Котлер Ф. Основы маркетинга : краткий курс / пер. с англ. М. : ИД Вильямс, 2005. 656 с.
9. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. М. : Сов. энциклопедия, 1990. 685 с.
10. Матвеева Т. В. Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика. М. : Флинта : Наука, 2003. 432 с.
11. Никитина С. Е. Семантический анализ языка науки: на материале лингвистики. М. : Либроком, 2014. 146 с.
12. Новый политехнический словарь / гл. ред. А. Ю. Ишлинский. М. : Большая рос. энциклопедия, 2000. 672 с.
13. Русова Н. Ю. От аллегории до ямба : терминологический словарь-тезаурус по литературоведению. М. : Флинта : Наука, 2004. 304 с.
14. Сельскохозяйственный энциклопедический словарь. URL: <https://rus-country-dict.slovaronline.com/> (дата обращения: 17.01.2024).
15. Теория шрифта. URL: <http://zen-designer.ru/articles/437-teoriya-shrifta?start=3> (дата обращения: 17.01.2024).
16. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка : в 4 т. Т. 3 / пер. с нем. О. Н. Трубачева. 2-е изд., стер. М. : Прогресс, 1987. 832 с.
17. Черных П. Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка : в 2 т. М. : Русский язык, 1999. Т. 2. 560 с.
18. Шерстянникова Е. А. Исторический словарь русской лингвистической терминологии. Красноярск, 2019. 720 с.
19. Этимологический словарь современного русского языка : в 2 т. / сост. А. К. Шапошников. Т. 2. М. : Флинта : Наука, 2020. 576 с.

## References

1. Akhmanova OS. Slovar' lingvisticheskikh terminov = Dictionary of linguistic terms. Moscow; 2007. 576 p. (In Russ.).
2. Bol'shaya illyustrirovannaya entsiklopediya = Large Illustrated Encyclopedia. Vol. 22. Moscow; 2010. 501 p. (In Russ.).
3. Bol'shoi tolkovyy slovar' russkogo yazyka = Large explanatory dictionary of the Russian language. St. Petersburg; 2008. 1536 p. (In Russ.).
4. Bol'shoi entsiklopedicheskiy politekhnicheskiy slovar' = Great Encyclopedic Polytechnic Dictionary. URL: <https://rus-big-polyteh-dict.slovaronline.com/> (accessed 17.01.2024) (In Russ.).
5. Vinogradov VV. Slovo i znachenie kak predmet istoriko-leksikologicheskogo issledovaniya. In: Vinogradov V. V. Istoriya slov = History of words. Moscow; 1999. Pp. 5–38. (In Russ.).
6. Golovanova EI. Semantika slova v professional'nom yazyke. In: Novaya Rossiya: traditsii i innovatsii v yazyke i nauke o yazyke = New Russia: Traditions and Innovations in Language and Language Science. Yekaterinburg; 2016. Pp. 43–55. (In Russ.).
7. Dement'ev VV. Teoriya rechevykh zhanrov = Speech genre theory. Moscow; 2010. 600 p. (In Russ.).
8. Kotler F. Osnovy marketinga. Kratkiy kurs = Marketing fundamentals. Short course. Moscow; 2005. 656 p. (In Russ.).
9. Lingvisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar' = Linguistic Encyclopedic Dictionary. Moscow; 1990. 685 p. (In Russ.).
10. Matveeva TV. Uchebnyy slovar': russkiy yazyk, kul'tura rechi, stilistika, ritorika = Educational dictionary: Russian language, culture of speech, style, rhetoric. Moscow; 2003. 432 p. (In Russ.).

11. Nikitina SE. Semanticheskiy analiz yazyka nauki: na materiale lingvistiki = Semantic analysis of the language of science: on the material of linguistics. Moscow; 2014. 146 p. (In Russ.).
12. Novyy politekhnicheskiy slovar' = New Polytechnic Dictionary. Moscow; 2000. 672 p. (In Russ.).
13. Rusova NYu. Ot allegorii do yamba: Terminologicheskiy slovar'-tezaurus po literaturovedeniyu = From allegory to iambic: Terminological dictionary-thesaurus on literary criticism. Moscow; 2004. 304 p. (In Russ.).
14. Sel'skokhozyaystvennyy entsiklopedicheskiy slovar'. URL: <https://rus-country-dict.slovaronline.com/> (accessed 17.01.2024) (In Russ.).
15. Teoriya shrifta = Font theory. URL: <http://zen-designer.ru/articles/437-teoriya-shrifta?start=3> (accessed 17.01.2024). (In Russ.).
16. Fasmer M. Etimologicheskiy slovar' russkogo yazyka = Etymological Dictionary of the Russian Language. Vol. 3. Moscow; 1987. 832 p. (In Russ.).
17. Chernykh PYa. Istoriko-etimologicheskiy slovar' sovremennogo russkogo yazyka = Historical and etymological dictionary of the modern Russian language. Moscow; 1999. Vol. 2. 560 p. (In Russ.).
18. Sherstyannikova EA. Istoricheskiy slovar' russkoy lingvisticheskoy terminologii = Historical Dictionary of Russian Linguistic Terminology. Krasnoyarsk; 2019. 720 p. (In Russ.).
19. Etimologicheskiy slovar' sovremennogo russkogo yazyka = Etymological Dictionary of the Modern Russian Language, author-originator AK. Shaposhnikov. Vol. 2. Moscow; 2020. 576 p. (In Russ.).

### Информация об авторе

**Е. И. Голованова** — доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры теоретического и прикладного языкознания.

### Information about the author

**E. I. Golovanova** — Doctor of Philological Sciences, Professor, Professor of the Department of Theoretical and Applied Linguistics.

---

*Статья поступила в редакцию 20.02.2024; одобрена после рецензирования 25.02.2024; принята к публикации 21.04.2024.*

---

*The article was submitted 20.02.2024; approved after reviewing 25.02.2024; accepted for publication 21.04.2024.*

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

Научная статья

УДК 81'243

doi: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-15-25

## СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА ЮРИДИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ, СОДЕРЖАЩЕЙ ПРИЛАГАТЕЛЬНЫЕ-ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЯ, НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Карине Григорьевна Чикнаверова

Одинцовский филиал МГИМО МИД России, Москва, Россия, k.chiknaverova@odin.mgimo.ru, 0000-0001-5936-4982,  
Scopus ID 57212381324

**Аннотация.** Исследования прилагательных цветообозначения обращены в основном к описанию цветообозначений в отдельных языках, историческом аспекте, литературных жанрах. Меньше результатов представлено на основе материалов профессиональных текстов, прилагательные цветообозначения непосредственно в юридических текстах недостаточно изучены. Целью данной статьи является дополнить существующие результаты исследований, а именно описать семантические характеристики компонентов цвета, содержащихся в юридической лексике, и способы их перевода на русский язык. Для анализа семантического и структурного состава терминов с компонентами, содержащими прилагательные-цветообозначения, мы применили метод сплошной выборки и кластер-анализ. С целью анализа способов переводов отобранных лексических единиц на русский язык мы также применили метод сплошной выборки и сравнительно-сопоставительный анализ. Источниками послужили толковые, двуязычные юридические словари и энциклопедии. Автором выявлено десять цветов, которые отражены в различных терминах, использующихся в профессиональной коммуникации юриста, описаны их количественные и структурные характеристики, покомпонентный семантический состав, а также сложившиеся способы перевода, закреплённые в англо-русских словарях и контекстных переводчиках. Выявленные лексические единицы представлены глаголами, существительными (включая сложносоставные существительные), прилагательными, устойчивыми выражениями. На основе проведенного анализа были выделены отношения противопоставления, полного совпадения, изменение оттенка значения и несвязанные значения при сопоставительном анализе семантических полей прилагательных цвета, входящих в состав юридических терминов. Результаты, полученные в исследовании, могут быть использованы в курсе юридического перевода, непосредственно для анализа лексики, имеющей характеристики метафорического переноса и идиом в целом. Практически все единицы имеют более одного варианта перевода, однако они отличаются частотностью использования. Всего было выявлено 22 способа перевода, включая их подвиды. Большая часть терминов переводится методом калькирования и объяснительного перевода. Для ряда терминов представлено сочетание нескольких способов перевода, в основном это калькирование, подбор эквивалента или описательный перевод.

**Ключевые слова:** прилагательные цветообозначения, юридические термины, юридический язык, семантический анализ слова, перевод юридических терминов

**Для цитирования:** Чикнаверова К. Г. Способы перевода юридической лексики, содержащей прилагательные-цветообозначения, на русский язык // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 5 (487). С. 15–25. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-15-25.

Original article

## APPROACHES TO TRANSLATING LEGAL VOCABULARY CONTAINING COLOUR ADJECTIVES INTO RUSSIAN

Karine G. Chiknaverova

Odintsovo Branch of MGIMO University, Moscow, Russia, k.chiknaverova@odin.mgimo.ru, 0000-0001-5936-4982,  
Scopus ID 57212381324

**Abstract.** Research on color-denoting adjectives primarily focuses on describing color designations in individual languages, historical contexts, and literary genres. There are fewer results based on professional texts, and color-

denoting adjectives within legal texts have not been thoroughly studied. The goal of this article is to complement existing research by describing the semantic characteristics of color components found in legal lexicon and their translation into Russian. To analyze the semantic and structural composition of terms containing color-related components, we applied a method of continuous sampling and cluster analysis. Additionally, we used a comparative-contrastive analysis to examine translation methods for selected lexical units into Russian. Our sources included English-English, bilingual dictionaries of legal terms and encyclopedias. The study identified ten colors reflected in various terms used in legal communication. We described their quantitative and structural characteristics, component-based semantic composition, and established translation methods. The identified lexical units encompass verbs, nouns (including compound nouns), adjectives, and fixed expressions. We identified relationships of contrast, complete equivalence, shifts in meaning, and unrelated meanings within their semantic fields. The research findings can be applied in legal translation courses, particularly for analyzing vocabulary characterized by metaphorical transfer and idiomatic expressions. Nearly all units have been translated resorting to multiple translation techniques, although their frequency of use varies. In total, we identified 22 translation methods, including subtypes. Most terms are translated through calque and explanatory translation. Some terms are translated with the help of a combination of translation methods, primarily involving calquing, identification of their equivalents, or descriptive translation.

**Keywords:** adjectives for colour, legal terms, legal English, semantic analysis of vocabulary, translation of legal terms

**For citation:** Chiknaverova KG. Approaches to Translating Legal Vocabulary Containing Colour Adjectives into Russian. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2024;(5(487):15-25. (In Russ.). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-15-25.

## Введение

Прилагательные цветообозначения, или колоративная лексика подробно описаны в научно-теоретической литературе. Представлены различные подходы к изучению цветообозначений, а именно антропологический, психолингвистический, гендерный и лингвокультурологический. Во многих исследованиях применяется полиаспектный подход, что вызвано структурно-семантическими характеристиками, полисемией и ассоциативными отношениями рассматриваемой лексики. Исследователи обращаются к описанию цветообозначений в отдельных языках, группах языков, в синхронии и диахронии [1–7], проводят сопоставительный и контрастивный анализ, привлекая два и более родственных и неродственных языков [8; 9]. Изучаются особенности функционирования данного пласта лексики в разных жанрах, наиболее изученными являются различные жанры художественной литературы [10; 11] и профессиональной сферы [12; 13]. Что касается прилагательных цветообозначения английского языка, то выявлены соответствующие семантические и структурные характеристики, коннотативные и ассоциативные признаки в общеупотребительном языке [14] и отдельных регистрах [15]. Существуют также сравнительно-сопоставительные исследования функционирования данных прилагательных в английском и русском языках [16; 17; 18], их перевода на русский язык [19]. Непосредственно изучению прилагательных цветообозначения в юридических

текстах посвящено не так много исследований, мы обнаружили исследования, описывающие функциональные характеристики данной лексики [20] и анализ способов эффективности их перевода на русский язык [21]. В обозначенных работах представлены наиболее частотные случаи, а именно сочетания с прилагательными «black», «white», «blue», небольшое количество (а именно два прилагательных) со словом «green», описаны общие социально-культурные и культурно-исторические факторы, влияющие на их образование и использование.

Целью нашего исследования является дополнить существующие результаты исследований, направленных на описание семантических характеристик компонентов цвета, содержащихся в юридической лексике, и способов их перевода на русский язык.

В рамках данной статьи мы поставили задачи определить и описать:

- прилагательные-цветообозначения, используемые как компоненты сложных юридических терминов и устойчивых словосочетаний;
- их количественные и структурные характеристики;
- семантический состав каждого из них;
- случаи противопоставления цветообозначения в этих единицах, сходства и пересечения значений;
- сложившиеся способы перевода, закрепленные в англо-русских словарях, контекстных переводчиках;

– восполнить существующие пробелы авторским переводом и описать все способы перевода на русский язык, применимые к такого рода лексике.

### Методы исследования

Для анализа семантического и структурного состава терминов с компонентами, содержащими прилагательные-цветообозначения, мы применили метод сплошной выборки и кластер-анализ. С целью анализа способов перевода отобранных лексических единиц на русский язык мы также применили метод сплошной выборки и сравнительно-сопоставительный анализ.

После отбора юридических терминов методом сплошной выборки мы выявили 10 цветов, которые входят в состав разных терминов, использующихся в профессиональной коммуникации юриста. Источниками послужили толковые юридические словари, энциклопедии (см. список источников). Период ввода терминов варьируется: начало — середина XV в. — первая половина XX в. Выявленные термины включают в себя юридические термины (уголовное право, коммерческое право и пр.), экономические (которые в равной степени используются в коммерческом праве), общеупотребительные; некоторое количество из них неформальные, некоторые более не используются в современных правовых текстах, но включены в последнее издание словаря Блэка.

После анализа соответствующей лексики, полученной методом сплошной выборки, были исключено следующее: имена и/или фамилии людей (Gray's Inn, White Model); названия болезней (black death); географические названия (Orange County Bar Journal, включая наименования регионов (Black Belt, Black Country); названия институтов власти (White House); прилагательные, передающие расовую принадлежность (Black people), исторические события; политические, молодежные и иные движения (Black and Tans); цветообозначения в составе когноменов, прозвищ (Edward the black prince, duke of Cornwall); титулы или иные термины, передающие социальные отношения в обществе (black ward) и не являющиеся частью составного юридического термина.

Были также исключены прилагательные «золотой», «серебряный» (golden rule, golden parachutes, golden-rule argument; silver certificate, silver-platter doctrine), так как во всех выявленных случаях они имеют отношение к соответствующему металлу

(материалу), а не цвету, с которыми данные металлы ассоциируются.

При подсчете учитывались некоторые производные либо в связи с их частотностью, либо в связи с тем, что они приобретают дополнительное значение. В качестве производных рассматривались: 1) однокорневые слова, передающие разные части речи, и 2) сочетания слов с ключевым понятием, содержащим прилагательное-цветообозначение, образующие самостоятельные лексические единицы.

Следует отметить, что один и тот же термин, содержащий прилагательное-цветообозначение, может использоваться в нескольких отраслях, в связи с этим он может по-разному переводиться либо иметь одинаковый перевод, но означать разные понятия. Мы выявили следующие пометы тех терминов, которые были проанализированы: технический, инженерный, нефтегазовый, строительный, военный, кинематографический, общеупотребительный, бухгалтерский, банковский, аэрокосмический, относящийся к отрасли программирования, судоходства. Они также могут приобретать новое значение в каком-либо диалекте, варианте языка.

Пример: «Blue book» имеет значение в судоходстве: «вахтенный журнал»; В США под ним также понимают: «путеводитель для автомобилистов или тетрадь (в синей обложке) для экзаменационных работ»<sup>1</sup>. Этот же термин переводится как «голубая книга» с пометой в словарях: кинематографический, военный, аэрокосмический.

### Результаты и обсуждение

Выявленные лексические единицы представлены глаголами, существительными (включая сложносоставные существительные), прилагательными, устойчивыми выражениями<sup>2</sup>.

Соответствующие прилагательные-цветообозначения и их количественная представленность приводятся в табл. 1.

Рассмотрим признаки, входящие в семантический состав выявленных терминов.

<sup>1</sup> Blue book — с английского на русский (academic.ru). URL: <https://translate.academic.ru/blue%20book/en/ru/>

<sup>2</sup> Collin P. H. Dictionary of Law. Teddington, Middlesex: Peter Collin Publishing, Ltd., 1992. 352 p.; Garner B., editor in chief. Black's law dictionary. St. Paul, MN : Thomson Reuters, 2024. 2016 p.; Ellis S., editor in chief. Webster's New World Law Dictionary. Wiley, 2006. 320 p.; Merriam-Webster Dictionary of law. Merriam-Webster Inc., 1996. 634 p.; Мамулян А. С., Кашкин С. Ю. Англо-русский полный юридический словарь. М. : Эксмо, 2005. 389 с.

**Количественные характеристики прилагательных-цветообозначений  
в составе юридических терминов**

**Quantitative characteristics of adjectives-color designations in the composition of legal terms**

| Black   | blue | white | green | red | gray | pink | yellow | orange | brown |
|---|------|-------|-------|-----|------|------|--------|--------|-------|
| 42  | 23   | 18    | 14    | 12  | 7    | 3    | 1      | 1      | 1     |
| Количество терминов, перевод которых не включен в словари |      |       |       |     |      |      |        |        |       |
| 14  | 8    | 8     | 4     | 2   | 3    | 0    | 0      | 0      | 0     |

**Black**

– исторически связанный с черным цветом:

1) (без дополнительных коннотаций) — черные чернила, краска, цвет: «black acts», «in the black», «black ink», «blackletter law», «Blackstone lawyer», «blackletter principles»; «Black Book of the Admiralty», «Black Book of the Hereford», «Black Book of the Exchequer», «Black rod»;

2) испачканный чем-то черным (о человеке): «black leg»; нечистый (о предметах, работе, связанный с грязью, грязными руками): «black rent»;

3) ассоциирующийся, связанный с чем-то неприятным, трагическим, опасным, страшным, пугающим, смертельным: «black cap», «black maria», «Black hole»;

4) передающий расовый признак: «black codes», «Black law»;

– теновой, скрытый, скрываемый, нефиксируемый, не отражаемый в официальных данных, незаконный, противозаконный, нелегальный: «black economy», «black market», «black-market adoption», «black money»;

– законы, правила, постановления, предусматривающие наказание за что-то противозаконное: «Black Act»;

– (преднамеренно) наносящий ущерб, ложный: «Black-mouth»/«Black-wash»;

– нечестный: «black game»;

– недружественный, с недружественными намерениями: «Black knight»;

– относящийся к тем, кому отказано в конкретном праве, привилегии или действию; «black» (гл.);

– секретный: «black hand»;

– предполагаемый, гипотетический: «Black-age»;

– дискриминирующий, подлежащий исключению, наказанию: «blacklist»;

– неоправданный, угрожающий: «blackmail»;

– отсутствие возможности видеть, понимать, чувствовать, исключение из процесса на время: «blackout period»;

– что-то, характеризующееся крайней степенью, проявлением: «black-rage insanity defense»;

– лица, участвующие в вышеобозначенных видах деятельности: «black-marketeer», «Black Hander», «blackmailer».

**Blue**

– непосредственно связанный с синим светом, без коннотаций: «blue bag», «Blue book», «blue pencil test», «blue list»;

– направленный на защиту, предотвращение преступных действий, несправедливости: «Blue sky laws»;

– не имеющий высокой стоимости, дешевый: «Blue sky»;

– специально отобранный, благородный, лучший: «blue ribbon», «blue ribbon jury»;

– фиктивный, ненастоящий, поддельный, тот, который симулировали: «blue flu»;

– относящийся к религии, религиозным традициям: «Blue law»;

– подтверждающий действительность, легитимность: «blue note»;

– квалифицированный: «bluewater seaman»;

– представляющий высокую ценность, надежный, стабильный, обеспечивающий рост: «blue chips»;

– планируемый, предполагаемый, приближенный, находящийся в проекте: «blueprint».

**White**

– непосредственно имеющий отношение к белому цвету:

– без дополнительных коннотаций: «white book», «white paper»;

с закрепившимся за ним значением, связанным с профессиональной деятельностью (чистый, не пачкающий (о работе): «white-collar (criminal)»;

по расовому признаку, цвету кожи, дискриминирующий, передающий превосходство над представителями других групп, меньшинств: «whitewashing»;

– Контраст с черным:

физический труд (black) — сексуальная эксплуатация («white slavery»; а также законы, регулирующие соответствующую незаконную деятельность);

оплата бартером (black) — деньгами (чистый, негрязный, неиспачканный);

что-то предполагаемое, реально не существующее, гипотетическое для противопоставления другому аналогичному гипотетическому (black): «whiteacre»;

недружественный (black)-дружественный: «white knight»;

незаконный—законный: «white money»;

клевета, потеря репутации (black)-реабилитация, восстановление утраченного: «white-wash»; аналогия, схожесть: «Whitehorse case»;

– фиктивный, подставной, скрывающий истинные намерения, выдающий себя за другого: «white bonnet»;

– обременительный, разорительный: white elephant;

– наказание, штраф: «whitehart silver»;

– использование животных с прилагательным «белый», не связанных в смысловом плане: белая лошадь — фигурировавшая в аналогичном деле (наименовании аналогичных дел); наказание за убитого белого оленя, которого ранее пощадил король (вид штрафа), дорогостоящая, редкая собственность, являющаяся в то же время обременением (исторически белые слоны).

### Gray

– полуполюгальный, вторичный, неконтролируемый: «gray market», «gray market goods»;

– прямой, непосредственный, без посредников: «gray market adoption»;

– ограничивающий, запрещающий: «gray on perpetuities»;

– неопределенный, переходный: «grey area»;

– угрожающий с целью получения личной выгоды: «gray mail»;

– аналогичный: «gray mule case».

### Red

– имеющий отношение к красному цвету: «red box», «red lining»;

– дискриминирующий: «red lining»;

– связанный с бюрократией, волокитой: «red tape»;

– обобщенный, одинаковый для всех: «red gen» ('common rules'<sup>1</sup>);

– изначально связанный с кровью, в последствие — очевидный, не требующий доказательств: «red-handed»;

– отвлекающий, предварительный, ложный, демонстрационный: «red herring»; что-либо к этому относящееся: red hearing prospectus;

– занятие проституцией: «red light»; законы,

регулирующие данную сферу деятельности: «red light abatement laws»;

– аналогия: «red cow case»;

– отличающийся, выдающийся, показывающий отличие от других в лучшую сторону: «red bag»;

### Green

– непосредственно имеющий отношение к зеленому цвету: «Board of green cloth», «greenback», «Green paper», «Green wax»;

– относящийся к наименованию, например, к географическому названию, содержащему прилагательное «green»: «Green River ordinance»; «Green silver» (referring to Greenberry); «Greena green marriage»;

– незаконная деятельность, термин, указывающий на место совершения преступления: «greenwood»;

– разрешающий, одобряющий, дающий права на «green card»;

– действия, связанные с получением права на что-либо: «green card marriage»;

– экологически чистое, нетронутое, неиспользованное: «greenfield site»;

– вид шантажа с целью получения денежных средств: «green mail»;

– льготный, на особых условиях: «green form»;

– метафорически связанный с вечнозелеными растениями, возобновляемый: «evergreen contract»;

### Pink

– непосредственно относящейся к розовому цвету: «pink slip», «pink sheet»;

### Brown

– экологически неблагополучный, ранее используемый, загрязненный: «brownfield site»;

### Orange

– имеющий отношение к оранжевому цвету, без коннотаций: «orange book».

### Yellow

– трусливый: «yellow dog contract».

При подборе эквивалентов используются разные признаки переводимого термина, такие как место принятия/появления закона, нормы, концепта; использования чего-либо; цель применения и т. д.

Среди слов, с которыми сочетаются прилагательные-цветообозначения, мы выделили следующие: части тела (рука, нога), названия животных (лошадь, мул, корова), предмет одежды (капюшон, шапка), аксессуары (лента, сумка), географический объект (река), имена собственные (Мария), лица, выполняющие определенную деятельность

<sup>1</sup> Merriam-Webster Dictionary.

(участник рынка), краска (ручка, карандаш, чернила), материал (серебро, воск)/субстанция (вода), свет, небо, земля (ее часть), территория/место (лес, зона, рынок), юридические документы (законы, договоры), социальный статус (раб), названия болезней (грипп), вид хозяйственной деятельности (экономика), иные виды деятельности (отмывание), социальные отношения (брак), звание/титул (рыцарь), деньги/плата, время (период времени), черта/линия; предметы (фишки, книги, лист бумаги (то, что на ней написано (список, почта), коробка).

В некоторых случаях определенные цвета используются с одним и тем же определяемым словом (см. табл. 2).

На основе данного анализа можно выделить отношения противопоставления, полного совпадения, изменение оттенка значения и несвязанные значения.

### Способы переводы на русский язык

Не все единицы были выявлены в англо-русских словарях (точное количество приведено

в табл. 1), невыявленные переводы отслеживались по источникам контекстного перевода (см. источники далее); лексика, которая не была обнаружена в них либо в русскоязычных статьях по сопоставительному англо-американо-российскому праву, была переведена автором. Далее опишем выявленные способы перевода на русский язык.

#### Объяснительный перевод

Полный объяснительный перевод: «blackout period» («период временной приостановки операции с ценными бумагами»); «white slavery» («торговля женщинами для целей проституции, порнографии»); «board of green cloth» («канцелярия на хофмаршала при английском дворе»); «brownfield site» («экологически неблагоприятный район города или объект недвижимости»); «red-light abatement laws» («законы, направленные на отмену/ограничение деятельности секс-индустрии»); «blue-sky law» («закон, регулирующий выпуск и продажу акций и ценных бумаг»); «pink sheet» («список акций и их цен на внебиржевом рынке»).

Таблица 2

Table 2

### Сопоставление разных цветов, используемых в сочетаниях с одними и теми же словами Matching different colors, used in combinations with the same words

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| Black — white                         | «Blackacre» — «Whiteacre» (аналог А и Б, для анализа модели, гипотетической ситуации)<br>«black cap» — «whitcap(ping)» (нет противопоставления в отличие от большинства других случаев со словами black и white, white передает нелегальную деятельность<br>«black rent» — «white rent/white return» (противопоставление: оплата денежными — неденежными средствами)<br>«black-wash» — «whitewash» (противопоставление: клевета — восстановление репутации, прав)<br>«black knight» — «white knight» (противопоставление: дружественный — недружественный)<br>«black money» — «white money» (противопоставление: законный — незаконный) |
| Black — green — gray                  | «blackmail» — «greenmail» — «graymail» (есть разница в значении, но все передают незаконную, сомнительную, нечестную деятельность, разные вида шантажа)   |
| Black — gray                          | «black market» — «gray market» (не кардинально противопоставлены как black—white, незаконный — сомнительный, теневой)   |
| Black — blue                          | «black list» — «blue list» (нет противопоставления, разные значения: включать в число неблагонадежных — предложение муниципальных облигаций на вторичном рынке)   |
| Green — brown                         | «greenfield site» — «brown field» (противопоставление: экологически чистый — загрязненный)  |
| Black — white — green — blue — orange | «Black Book» — «White book» — «Green book» — «Blue book» — «Orange book» (нет противопоставления, разница в значении, разного рода официальные документы)   |
| Blue — red                            | «blue bag» — «red bag» (нет противопоставления, разница в значении: знак отличия — портфолио дел адвоката)  |
| Green — white                         | «Green Paper» — «White Paper» (нет противопоставления, разница в значении, разного рода официальные документы)  |
| White — gray — red                    | «Whitehorse case» = «gray mule case» = «red-cow case» (означают одно и то же)   |
| Red — black                           | «in the red» — «in the black»<br>«red box» — «black box» (противопоставление: убыточный прибыльный)   |

Объяснительный перевод, передающий один или два из нескольких признаков: «whitehorse case» = «gray mule case» = «red-cow case» («аналогичное дело»).

Объяснительной перевод-обобщение: «white slavery» («торговля живым товаром»); «whitehart silver» («штраф за пользование землей вблизи или в пределах леса»); «green form» («первичная юридическая помощь (на льготных основаниях)»).

#### Калькирование

Калькирование: «black knight» («черный рыцарь»); «white knight» («белый рыцарь»); «blue book» («синяя книга»); «white book» («белая книга»); «white-collar crime» («преступность “белых воротничков”» / «“беловоротничковое” преступление» / «“беловоротничковая” преступность»); «Green Paper» («Зеленая книга»); «red herring» («красная селедка»); «gray-market» («серый рынок»); «blue-sky law» («закон “голубого неба”»).

Частичное калькирование: «White paper» («Белая книга»); «white money» («белая зарплата»); «greenmail» («зеленый шантаж»); «Green Paper» («зеленый доклад / зеленый документ»); «green silver» («зеленая рента»); «redlining» («практика «красной черты»); «blue-ribbon» («жюри с “голубой лентой”»).

Калькирование и объяснительный перевод (последний, как правило, приводится в скобках): «white book» («Белая книга (сборник официальных документов)»); «white paper» («Белая книга» («официальный бюллетень британского правительства»); «red box» («красный чемоданчик» («используется высшими правительственными чиновниками для хранения документов во время поездок»)); «Orange book» («Оранжевая книга» («отчет министра земледелия»)).

Сочетание калькирования, объяснительного перевода и уточнения: «white slavery» («торговля белыми рабынями»).

#### Подбор эквивалента

Подбор однословного эквивалента (не идиоматического) с аналогичным значением: «black-marketeer» («спекулянт»); «black-mouth» («клеветник»); «red tape» («бюрократия / волокита / канцелярщина»); «white-wash» («реабилитация»).

Подбор однословного эквивалента, являющегося заимствованием из третьего языка: «black-leg» («штрейкбрехер»).

Перевод фразы, сочетания из двух и более слов однословным эквивалентом: «in the red» («убыточный»); «in the black» («прибыльный»).

Подбор частотного словосочетания-эквивалента (не идиоматического) с аналогичным значением:

«white slavery» («принуждение к проституции»).

Подбор однословного эквивалента (не идиоматического) с аналогичным значением со сменой субъекта деятельности: «white slavery» («вынужденная проституция»).

Подбор частотного словосочетания-эквивалента (не идиоматического) с обобщенным, неточным значением: «whiteacre» / «blackacre» («гипотетическая земля»); «white book» («правительственный документ»), при этом утрачивается смысло-различительный признак.

Подбор эквивалента из двух слов с союзом и/или: «white cap» («националист и/или супрематист»).

Подбор эквивалента, содержащего такое же количество слов, что и слово оригинала (не сохраняя идиомы), подбор неидиоматического эквивалента для каждого слова в словосочетании: «white knight» («дружественный инвестор»); «evergreen contract» («возобновляемый контракт»); «red herring» («предварительный проспект/отвлекающий маневр/ложный маневр/демонстрационный маневр»); «black acts» («шотландский статут»); «gray market» («полулегальный рынок»); «bluewater seaman» («квалифицированный моряк»).

Подбор эквивалента, содержащего большее количество слов (без идиом): «white knight» («дружественный потенциальный покупатель»); «greenback» («бумажные деньги»); «red-handed» («быть захваченным/пойманным с поличным/на месте преступления»); «pink slip» («извещение об увольнении/уведомление об увольнении»).

Подбор эквивалента, содержащего меньшее количество слов (без идиом): «Board of Green Cloth» («гофмаршальская контора») — одно из слов в словосочетании заимствовано из третьего языка; «Gretna green marriage» («шотландский брак»).

Перевод по другому наименованию данного термина: «White Slave Traffic Act» (= «Mann Act») («закон Манна»).

Перевод с использованием другой идиомы: «black economy» («теневая экономика/подпольная экономика»); «yellow-dog contract» («контракт дворняжки»); «red herring» («ложный след»); «blue-sky law» («закон “о торговле воздухом”»).

Перевод с использованием другой, но семантически близкой идиомы: «black game» («грязная игра»).

Транслитерация или транскрибирование: «green card» («грин-карт(а)»); «greenmail» («грин-мейл»); «blue chip» («блю чип»).

Перевод нескольких единиц одним и тем же эквивалентом: «white slave traffic» = «white slavery» («принуждение к проституции»); «red herring» = «red-herring prospectus» («проспект эмиссии»); «blue-ribbon» = «blue-ribbon jury» («жюри с “голубой лентой”»).

Часто для одной части речи (как правило, это существительное) применяется и калькирование, и перевод, для другой /других — только перевод. Большая часть терминов переводится и методом калькирования и объяснительного перевода, один из которых является более частотным, как правило, это калькирование. Для большого количества слов существует несколько вариантов перевода, исключая калькирование, в основном это подбор эквивалента или описательный перевод, а предложенные варианты — это синонимы или синонимичные выражения/словосочетания. Часто это только замена одного слова в свободном словосочетании; они отличаются частотностью использования: «white bonnet» («фиктивный/подставной участник торгов»); «white-collar crime» («преступление, совершаемое служащими, должностное преступление/преступление, типичное для служащего/преступные действия квалифицированных специалистов/преступность в среде должностных лиц/ преступность должностных лиц»); «red-handed» («быть захваченным/пойманым с поличным/на месте преступления»); «pink slip» («извещение об увольнении/уведомление об увольнении»).

### Заключение

Проведенное исследование позволило восполнить семантические, структурные характеристики терминосочетаний, содержащих компонент, выраженный прилагательным цвета в английском юридическом языке, и способы их перевода на русский язык. Данное исследование имеет ряд ограничений, прежде всего при отборе соответствующей лексики мы опирались только на лексикографические источники, а не корпуса, что не позволило нам отследить частотность использования данных терминов в современных текстах; значения, которые они приобретают в разных контекстах и жанрах юридических текстов. Более того, из-за ограниченного количества источников данных, возможно, не были выявлены все случаи такого рода словоупотреблений. Не были также рассмотрены стилистические особенности их употребления, присущие разным жанрам юридического дискурса, разго-

ворной речи и нейтральной общеупотребительной лексики.

Тем не менее нам удалось восполнить уже описанные случаи применения и функционирования прилагательных цветообозначения в составе юридических терминов, рассмотрев и описав еще шесть (ранее подробно не описанных) прилагательных-цветообозначений в составе юридических терминов. Целью исследования не являлось описать частотность их использования в юридических текстах и дискурсе в целом, мы выявили их количественные характеристики в лексикографических источниках. Всего таких терминов было обнаружено 122, из них компонент «black» представляет 34,4 % всех случаев, «blue» — 18,8 %, «white» — 14,7 %, «green» — 11,47 %, «red» — 9,8 %, «gray» — 5,7 %, «pink» — 2,45 %, «yellow», «orange» and «brown» — 0,8 % соответственно. Были также выявлены и описаны их структурные особенности, со всеми вариациями — 9.

Каждый из 10 компонентов (цветов) был описан на основе выявленных семантических признаков. Помимо этого, были обнаружены случаи противопоставления и соответствующие им семантические значения, а также случаи совпадения и пересечения значений, выраженных разными цветами, и наличие семантически не связанных значений в случаях использования разных цветообозначений с одними и теми же компонентами. Компоненты, используемые с прилагательными-цветообозначениями, были также сгруппированы по тематическим группам.

Что касается анализа переводческих решений, примененных к данной лексике, то практически все единицы имеют более одного варианта перевода в англо-русских словарях, они однако отличаются частотностью использования в текстах перевода. Всего было выявлено 22 способа перевода, включая их подвиды. Большая часть терминов переводится и методом калькирования и объяснительного перевода. Для большого количества слов существует несколько вариантов перевода: калькирование, подбор эквивалента или описательный перевод. При подборе эквивалентов, не содержащих метафор, перевод осуществляется по другому признаку, входящему в дефиницию данного термина, это, как правило, место принятия/появления закона, нормы, концепта; использование, цель применения чего-либо и т. д. Часто при наличии абсолютного синонима данного термина, не содержащего метафору, данный термин переводят так же, как и его полный синоним.

## Список источников

1. Гаджихмедов Н. Э. Современные аспекты изучения цветообозначений в языках разных систем // Вестник Дагестанского государственного университета. Серия 2: Гуманитарные науки. 2023. Т. 38, № 1. С. 42–47. DOI 10.21779/2542-0313-2023-38-1-42-47.
2. Зайпулаева Р. И. Типы цветообозначения в аспекте лексико-грамматических отношений в группе «Определение+Определяемое» // Известия Чеченского государственного педагогического университета. Серия 1. Гуманитарные и общественные науки. 2015. Т. 1, № 3 (11). С. 79–85.
3. Зубарева А. В. Проблематика колоративной лексики в современной лингвистике // Язык и право: актуальные проблемы взаимодействия: сборник материалов конференции, Ростов-на-Дону, 15 ноября 2013 г. С. 107–114. URL: <http://www.ling-expert.ru/conference/langlaw3/zubareva.html> (дата обращения: 15.12.23).
4. Игнашина З. Н. Изменения значения белого цвета в английской фразеологии (на примере идиомы white knight) // Когнитивные исследования языка. 2023. № 4 (55). С. 354–357.
5. Сапига Е. В. Цветообозначение в современной лингвистике: семантический и семиотический аспекты // Историческая и социально-образовательная мысль. 2016. Т. 8, № 2/2. С. 192–194.
6. Сивцева А. С. Фразеологичность колоративов (на материале фразеологизмов английского языка) // Современный ученый. 2022. № 2. С. 49–54.
7. Тен А. В. Историографический аспект проблемы исследования колоронимов // Интеграция наук. 2019. № 2 (25). С. 18–21.
8. Кульпина В. Г. Теоретические аспекты лингвистики цвета как научного направления сопоставительного языкознания : дис. ... д-ра филол. наук. М., 2002. 695 с.
9. Василевич А. П. Язык и культура: сопоставительный анализ группы слов-цветообозначений // Этнопсихоллингвистика. М., 1988. С. 58–64.
10. Азизова С. М. Употребление цветообозначений-прилагательных в произведениях английских писателей // МНКО. 2023. № 1 (98).
11. Попугаева М. В. Категория цвета в контексте (на материале произведений английской художественной литературы) // Ученые записки национального общества прикладной лингвистики. 2022. № 2 (38). С. 111–126.
12. Воронова М. В., Ершова Н. И. Типы колоративов в рекламных текстах // Огарев-online. 2015. № 6 (47). С. 7.
13. Евласьев А. П. Коннотации английской колоративной лексики в профессиональной сфере // Наукосфера. 2022. № 12-2. С. 169–173. DOI: 10.5281/zenodo.7491586.
14. Меграбова Э. Г., Спицына Н. А. Структурные, семантические и стилистические характеристики прилагательных-цветообозначений в современном английском языке // Вестник ТГЭУ. 1998. № 2.
15. Анисеева Т. Р. Функционирование прилагательных цветообозначения в английской сленговой лексике // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 7–1(85). С. 93–97. DOI: 10.30853/filnauki.2018-7-1.21.
16. Болотина М. А., Шабашева Е. А. Символика цвета в русском и английском языках // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Филология, педагогика, психология. 2011. № 2.
17. Азизова С. М. Сопоставительный анализ ФЕ с компонентами-прилагательными, обозначающими цвет, в русском и английском языках // МНКО. 2021. № 5 (90).
18. Талапина М. Б. Сопоставительное исследование русских и английских прилагательных «белый/черный» и «white/black» в когнитивно-дискурсивном аспекте : дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2008. 209 с.
19. Горн Е. А. Особенности перевода цветообозначений в художественном тексте // МНКО. 2014. № 1 (44).
20. Александрова Т. А., Рудченко Т. Л. Функционирование колоративной лексики в юридическом дискурсе (на материале английского языка) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2021. Т. 14, № 3. С. 749–754.
21. Александрова Т. А., Короткова М. Д. Способы достижения эквивалентности и адекватности при переводе колоративной лексики с английского языка на русский в текстах юридической направленности // Филологический аспект. 2021. № 9(77). С. 30–35.

## References

1. Gadzhiahmedov NJ. Modern aspects of studying colour designations in languages of different systems. *Vestnik Dagestanskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija 2: Gumanitarnye nauki = Bulletin of Dagestan State University. Series 2: Humanities*. 2023;38(1):42-47. (In Russ.)
2. Zajpulaeva RI. Types of colour designation in the aspect of lexical-grammatical relations in the group “Definition+Defined”. *Izvestija Chechenskogo gosudarstvennogo pedagogičeskogo universiteta Serija 1. Gumanitarnye i obshhestvennye nauki = Reports of Chechen State Pedagogical University. Series 1. Humanities and Social Sciences*. 2015;1(3):79-85. (In Russ.)
3. Zubareva AV. Problems of colourative vocabulary in modern linguistics. In: *Jazyk i pravo: aktual'nye problemy vzaimodejstvija: sbornik materialov konferencii = Language and law: topical issues of intercourse*. Rostov-na-Donu; 2013. Pp. 107–114. Available from: <http://www.ling-expert.ru/conference/langlaw3/zubareva.html> (Accessed: 15.12.23). (In Russ.)
4. Ignashina ZN. Changes in the meaning of the white colour in English phraseology (on the example of the idiom white knight). *Kognitivnye issledovanija jazyka = Cognitive Studies of Language*. 2023;4(55):354-357. (In Russ.)
5. Sapiga EV. Colour designation in modern linguistics: semantic and semiotic aspects. *Istoricheskaja i social'no-obrazovatel'naja mysl' = Historical and Socio-Educational Thought*. 2016;8(2/2):192-194. (In Russ.)
6. Sivceva AS. Phraseologism of colouratives (on the material of English language phraseologisms). *Sovremennyj učenij = Modern Scientist*. 2022;(2):49-54. (In Russ.)
7. Ten AI. Historiographic aspect of the problem of studying colouronyms. *Integracija nauk = Integration of Sciences*. 2019;(2(25)):18-21. (In Russ.)
8. Kul'pina VG. Theoretical aspects of the linguistics of colour as a scientific direction of comparative linguistics. Thesis. 2002. 695 p. (In Russ.)
9. Vasilevich AP. Language and culture: a comparative analysis of the group of words — colour designations. In: *Etnopsiholingvistika = Ethnopsycholinguistics*. Moscow; 1988. Pp. 58–64. (In Russ.)
10. Azizova SM. The use of colour-denoting adjectives in the works of English writers. *MNKO*. 2023;(1(98)). (In Russ.)
11. Popugaeva MV. The category of colour in context (based on the works of English fiction literature). *Uchenye zapiski nacional'nogo obshhestva prikladnoj lingvistiki = Proceedings of the National Society of Applied Linguistics*. 2022;(2(38)):111-126. (In Russ.)
12. Voronova MV, Ershova NI. Types of colouratives in advertising texts. *Ogarev-online = Ogarev-online*. 2015;6(47):7. (In Russ.)
13. Evlas'ev AP. Connotations of English colourative vocabulary in the professional sphere. *Naukosfera*. 2022;(12(2)):169-173. DOI 10.5281/zenodo.7491586. (In Russ.)
14. Megrabova JG, Spicina NA. Structural, semantic, and stylistic characteristics of adjectives — colour designations in modern English. *Vestnik TGJeU = Bulletin of TGEU*. 1998;(2). (In Russ.)
15. Anikeeva TR. Functioning of colour-denoting adjectives in English slang vocabulary. *Filologičeskie nauki. Voprosy teorii i praktiki = Philological Sciences. The issues of theory and practice*. 2018;(7-1(85)):93-97. DOI: 10.30853/filnauki.2018-7-1.21. (In Russ.)
16. Bolotina MA, Shabasheva EA. Symbolism of colour in Russian and English languages. *Vestnik Baltijskogo federal'nogo universiteta im. I. Kanta. Serija: Filologija, pedagogika, psihologija = Bulletin of Baltic Federal University named after I. Kant. Series: Philology, Pedagogy, Psychology*. 2011;(2). (In Russ.)
17. Azizova SM. Comparative analysis of phraseological units with colour-denoting adjectives in Russian and English. *MNKO*. 2021;(5(90)). (In Russ.)
18. Talapina MB. Comparative study of Russian and English adjectives “white/black” in a cognitive-discursive aspect. Thesis. 2008. 209 p. (In Russ.)
19. Gorn EA. Features of translating colour designations in fiction. *MNKO*. 2014;(1(44)). (In Russ.)
20. Aleksandrova TA, Rudchenko TL. Functioning of colourative vocabulary in legal discourse (on the material of the English language). *Filologičeskie nauki. Voprosy teorii i praktiki = Philological Sciences. The issues of theory and practice*. 2021;(3):749-754. (In Russ.)
21. Aleksandrova TA, Korotkova MD. Ways to achieve equivalence and adequacy in the translation of colourative vocabulary from English to Russian in texts of legal orientation. *Filologičeskij aspekt = Philological Aspect*. 2021;(9(77)):30-35. (In Russ.)

### **Сведения об авторе**

**К. Г. Чикнаверова** — доктор педагогических наук, доцент, профессор кафедры английского языка

### **Information about the author**

**K. G. Chiknaverova** — Doctor of Pedagogical Sciences, Associate Professor, The English Language Department.

---

---

*Статья поступила в редакцию 20.01.2024; одобрена после рецензирования 18.03.2024; принята к публикации 21.04.2024.*

*The article was submitted 20.01.2024; approved after reviewing 18.03.2024; accepted for publication 21.04.2024.*

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

---

---

# ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ, ОНОМАСТИКА

## LINGUOCULTUROLOGY, ONOMASTICS

---

---

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 5 (487). С. 26–36.  
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(5(487)):26-36.

Научная статья

УДК 81.373.22

doi: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-26-36

### ИМЯ ЛИЧНОЕ КАК ЭМОТИВНАЯ ЛЕКСИЧЕСКАЯ ЕДИНИЦА В УСЛОВИЯХ БИЛИНГВИЗМА В ПОЛИЭТНИЧЕСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ СРЕДЕ В СВЕТЕ ТЕОРИИ ЯЗЫКОВОГО ПОЗИТИВА

Альфия Фаритовна Азнабаева<sup>1</sup>✉, Татьяна Владимировна Шпар<sup>2</sup>,  
Лариса Радимовна Иванова<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Башкирский государственный аграрный университет, Уфа, Россия, pjatashok@yandex.ru, ORCID 0000-0002-5382-7824

<sup>2</sup> Башкирский государственный аграрный университет, Уфа, Россия, tatsch-tat@yandex.ru

<sup>3</sup> Башкирский государственный аграрный университет, Уфа, Россия, larisa280879@yandex.ru

**Аннотация.** Статья посвящена лингвистической категории эмотивности. Неофициальные формы личных имен являются релевантным ономастическим материалом для интерпретации и обоснования теории языкового позитива, поскольку словообразовательные форманты, участвующие в их создании, даже вне контекста и конситуации, способны передавать тонкие нюансы положительных человеческих эмоций. Цель настоящего исследования — доказать, что антропонимные эмотивы являются средствами экспликации и импликации, манифестации и сокрытия эмоций. Для достижения цели был проведен опрос респондентов. В вопросах была использована выборка самых популярных, самых редких и среднечастотных имен в Башкортостане за 2022 г., которая включала в себя женские имена *Амина, Октавия, Валерия*, мужские имена *Амин, Джастин, Владимир*. Ряд вопросов затрагивал личные имена информантов и их отношение к использованию уменьшительно-ласкательных форм имени. Проведенный анализ ответов показал, что большинство опрошенных воспринимает уменьшительно-ласкательные формы имен положительно. Преимущественная сфера применения этих форм относится к общению с близкими людьми, для некоторых респондентов эта сфера ограничивается либо только кругом друзей, либо семьей. Частота использования неофициальных звательных имен в 57,1 % ответов определяется ситуацией. Участники опроса предложили в совокупности от 24 до 80 вариантов уменьшительно-ласкательных форм исследуемых имен, которые, по оценке респондентов, имплицировали субъективную положительную оценку. Среди уменьшительно-ласкательных суффиксов антропонимов наиболее положительную эмоциональную окраску несут суффиксы *-очк* и *-ик*. Лингвокультурологический анализ позволил выявить ценностные доминанты, стереотипы коммуникативного поведения языковых личностей. Прием экстралингвистической интерпретации уменьшительно-ласкательных форм личных имен дает основание рассматривать ономастические единицы (антропонимы) как положительно коннотируемые эмотивы. Результаты исследования приводят к выводу о том, что этноспецифической особенностью эмотивности речи в ситуации билингвизма, на примере ономастикона Республики Башкортостан, является традиция именования лица, сложившаяся в родном языке, и использование словообразовательных моделей русского языка.

**Ключевые слова:** эмоция, эмотив, эмотивная лексическая единица, имя личное, диминутив, уменьшительно-ласкательные формы личного имени, уменьшительно-ласкательный аффикс, положительное субъективно-оценочное значение, позитив

**Для цитирования:** Азнабаева А. Ф., Шпар Т. В., Иванова Л. Р. Имя личное как эмотивная лексическая единица в условиях билингвизма в полиэтнической языковой среде в свете теории языкового позитива // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 5 (487). С. 26–36. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-26-36.

Original article

## PROPER NAME AS AN EMOTIVE LEXICAL UNIT UNDER BILINGUALISM IN A MULTIETHNIC LINGUISTIC ENVIRONMENT IN THE LIGHT OF LANGUAGE POSITIVITY THEORY

Alfiya F. Aznabaeva<sup>1</sup>, Tatyana V. Shpar<sup>2</sup>, Larisa R. Ivanova<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Bashkir State Agrarian University, Ufa, Russia, pjatashok@yandex.ru, ORCID 0000-0002-5382-7824

<sup>2</sup> Bashkir State Agrarian University, Ufa, Russia, tatsch-tat@yandex.ru

<sup>3</sup> Bashkir State Agrarian University, Ufa, Russia, larisa280879@yandex.ru

**Abstract.** The article deals with the linguistic category of emotivity. Informal forms of proper names are very relevant onomastic material for the interpretation and substantiation of the theory of language positivity, since the word-building formants involved in their making, even outside the context and consituation, are able to convey the fine nuances of positive human emotions. The purpose of this research is to prove that anthroponymic emotives are both means of explication and implication, manifestation and concealment of emotions. To achieve the goal, a survey of respondents was conducted. The questions used a sample of the most popular, rare and average frequency names in Bashkortostan for 2022, including female names like *Amina*, *Octavia* and *Valeria*, and male names such as *Amin*, *Justin* and *Vladimir*. A number of questions asked about the proper names of informants and their attitudes towards the use of diminutive forms. The analysis of responses showed that most respondents perceived these forms positively. The main scope of these names was limited to communication with loved ones. The frequency of use of informal vocatives in 57.1% of responses was determined by the situation. Participants in the survey offered 24–80 variants for diminutive forms, which according to respondents implied a subjective positive evaluation. Among the diminutive suffixes of anthroponyms, the most positive emotional connotation is carried by suffixes such as *-ochk* and *-ik*. Linguistic and cultural analysis has allowed us to identify value dominants and stereotypes of communicative behavior among linguistic personalities. The extralinguistic interpretation of diminutive proper names provides a reason to regard onomastic units (anthroponyms) as positively connotated emotives. Based on the results of the research, we can conclude that the ethnically specific feature of speech in bilingual conditions, using the onomastics of the Republic of Bashkortostan as an example, is the tradition of person naming that has developed in the native language as well as the use of Russian word-formation patterns.

**Keywords:** emotion, emotive, emotive lexical unit, proper name, diminutive, diminutive forms of a proper name, diminutive affix, positive subjective-evaluative meaning, positivity

**For citation:** Aznabaeva AF, Shpar TV, Ivanova LR. Proper Name as an Emotive Lexical Unit under Bilingualism in a Multiethnic Linguistic Environment in the Light of Language Positivity Theory. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2024;(5(487)):26-36. (In Russ.). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-26-36.

### Введение

В свое время тезисом о том, что «лингвистика позже всех осознала, что эмоции являются ее предметом» [19, с. 7], В. И. Шаховский анонсировал тематику исследований ученых Волгоградской научной школы лингвистики эмоций. Лингвистике эмоций были посвящены общероссийский научно-теоретический семинар «Эмотивная лингвоэкология в современном коммуникативном пространстве» (Волгоград, 2012 г.); Всероссийский научно-теоретический семинар «Человек в коммуникации: проблемы эмотивной лингвистики» (посвященный 50-летию лингвистики эмоций в России и юбилею ее основателя профессора В. И. Шаховского, Волгоград, 2019 г.). Проблема «языка и эмоции», обозначенная на XIV Международном конгрессе лингвистов (Берлин, 1987 г.) одним из пяти наиболее приоритетных направлений лингвистических иссле-

дований, позднее обсуждалась на одноименной международной конференции в Мадриде (2016 г.). Развернуто о лингвистике эмоций в контексте современных научных исследований изложено в работе С. В. Ионовой [5]. К сожалению, столь значимая эмотивная лексическая единица, как имя собственное, справедливо признанное В. И. Супруном эмотивным феноменом [17], не находит должного освещения в ономастике.

### Материалы и методы исследования

Трактовка имени собственного как эмотивно-го феномена достойна детального рассмотрения. Благодатной почвой для социолингвистических и психолингвистических исследований в ономастике являются антропонимы. Материалом исследования послужили данные, опубликованные пресс-службой государственного комитета Республики Башкортостан по делам юстиции

об именах новорожденных в Республике Башкортостан в 2022 г. Согласно этим данным, популярные имена для новорожденных девочек в Башкортостане: *Амина, Ева, Амелия, Арина, София, Эмилия, Ясмينا, Алиса, Милана, Виктория*. Для мальчиков чаще всего родители выбирали имена *Амир, Артем, Тимур, Матвей, Эмир, Марк, Мирон, Роман, Давид, Михаил*. Редкие имена для девочек: *Лара, Илайда, Клеопатра, Элис, Синам, Калепси, Ноэми, Джамила, Виона, Октавия, Мия, Арья*. В числе редких имен для новорожденных мальчиков в 2022 г. отмечены *Федор, Андреас, Акмал, Туран, Христос, Аксель, Джастин, Арис, Николаус, Сэмозль, Нив, Раффаэле*. Цель настоящего социолингвистического исследования доказать, что имена личные являются эмотивами, показать восприятие эмотивности диминутивных дериватов личного имени вне контекста. Мы ограничили выборку одним из самых популярных в Республике Башкортостан женским именем *Амина*, одним из наиболее популярных мужских имен *Амир*, одним из редких женских имен *Октавия* и одним из редких мужских имен *Джастин*. Также респондентам предложены имена *Валерия* (согласно генеалогическому порталу *forebears*<sup>1</sup> это женское имя занимает 127-е место в списке 1000 частотных личных имен на территории Республики Башкортостан) и *Владимир* (в том же списке согласно *forebears* это мужское имя на 17-м месте). Одной из методологически сложных задач остается интерпретация эмотивных смыслов сем суффиксов русского языка вне конституции или контекста. Актуальность исследования в том, что до сегодняшнего дня не выяснена степень архетипичности уменьшительно-ласкательных дериватов личных имен с положительной коннотацией в условиях билингвизма в полиэтнической языковой среде. В качестве *методов исследования* применялся *лингвокультурологический анализ* (при расшифровке глубинных культурных явлений, стереотипов поведения и ценностных доминант языковых личностей), *прием экстралингвистической интерпретации* исследуемых фактов языка — уменьшительно-ласкательных форм личных имен как эмотивных ономастических единиц, имплицитиру-

ющих позитивную субъективную оценку. Эмпирическую базу исследования составили сведения, полученные в ходе анкетирования 292 студентов и студенток Башкирского государственного аграрного университета в возрасте 18–22 лет. Все данные получены и переданы на сайт <https://docs.google.com> с добровольного согласия информантов и с соблюдением их законных прав (согласно Федеральному закону «О персональных данных» от 27.06.2006 № 152-ФЗ). Результаты исследования претендуют на объективность, поскольку для статистической обработки ответов использовался сервис для опросов *Google Forms*.

### Результаты исследования и их обсуждение

А. Вежицкая отмечает «специфические для русской картины мира черты», ориентированные «на эмоциональное и нравственное, оценочное отраженное отношение к миру людей, позволяющее отображать “богатые возможности русского экспрессивного словообразования”» [2, с. 119]. Прорывной в понимании природы эмоций и ее вербализации признается *лингвистическая теория эмоций* В. И. Шаховского: «Коммуникативный успех, счастье, радость возможны только при условии адекватного эмоционального общения людей друг с другом. Ключом к изучению человеческих эмоций является язык, который предоставляет широкие возможности для номинации эмоции, выражения, описания. Помимо этого, язык успешно «имитирует, симулирует, категоризирует, классифицирует, структурирует, комментирует, изобретает искренние и неискренние средства для их экспликации/импликации, для манифестации и сокрытия, предлагает средства для языкового манипулирования и моделирования соответствующих эмоций» [21, с. 25]. Далее В. И. Шаховский выводит важный тезис: «...все эмотивные компоненты семантики слова так или иначе опосредуются как минимум эмоциональными представлениями, и именно поэтому любое вербальное выражение эмоций имеет определенную содержательно-концептуальную базу» [20, с. 239].

В обзорной статье об объекте и предмете социопсихолингвистики Н. И. Миронова высказывает мысль о том, что процесс коммуникации определяют биологические, психологические и социальные качества личности с определенной идентичностью, вкуче представляющие собой социально-психологическую идентичность или гендер [12]. По наблюдению И. Н. Кавинкиной, приметой женского языкового сознания является

<sup>1</sup> URL: <https://forebears.io/> (дата обращения 20.06.2023) — генеалогический портал, включающий географически индексированный и снабженный перекрестными ссылками каталог источников для семейно-исторических исследований, а также словарь значений фамилий, включая информацию об их географическом распространении.

использование в речи диминутивов, отражающих «потребность женщин в расширении набора выразительных средств для передачи различных оттенков ласкательности, уменьшительности, увеличения степени проявления эмоционально-оценочного признака, подчеркивания характерных особенностей обозначаемого, а также выражения своего отношения к нему» [7]. В диминутивных формах личного имени онтологически заложены фатические свойства лексических единиц (проявление материнской любви, умиления, ласки, заботы, защиты). А. А. Потенба же отмечал, что экспрессия, связанная с суффиксом субъективной оценки, распространяется на все детали высказывания [13, с. 101]. В картине мира ребенка диминутивы ассоциируются с абсолютным доверием. Внутрисемейная коммуникация создает почву для сохранения и передачи родословных, с точки зрения документальной фиксации официального имени и с точки зрения отражения феномена языкового позитива в гипокористических, диминутивных, а также окказиональных формах имен. В семье респондента нашего исследования (супруг грузин, супруга башкирка, проживают в Германии, языки общения русский, грузинский, башкирский, немецкий) компромиссный выбор имен для детей: *Mariam* — для дочери, *David* — для первого сына, *George Alexander* — для второго. Внутрисемейные варианты имен: *Мариамчик*, *Мариамушка*, *Марьяшка-растеряшка*, *Марфушенька-душенька*; *Датуча*, *Датик-братик*, *Датачуна*; *Гиосаня*, *Джорджик*, *Джорджио Армани*, *Сяо*, *Мао*. При поверхностном рассмотрении пейоративная семантика прозвища очевидна: *Марьяшка-растеряшка* (неодобрение, упрек), а при глубоком — во внеконситуативном употреблении имени редуцированный аффикс *-яшка* имплицитно позитив (ласка).

В противовес исследованиям, фокусирующим внимание на анализе проявлений агрессии в эмотивной семантике слова, мы ставим задачу выявить эмотивный потенциал словообразовательных и словоформирующих элементов неофициальных личных имен в свете теории языкового позитива.

Размышляя об эмотивном компоненте экспрессивной лексики, Т. В. Матвеева отмечает, что слово передает информацию о чувстве [10, с. 32]. Имя человека, по мнению С. И. Гарагули, выступает маркером интимизации или дистанцирования отношений [3]. Владимир Маяковский в письмах Лиле Брик использовал уменьшительно-ласкательные варианты ее имени: *Луска*, *Личика*, *Лу-*

*чик*, *Лиленок*, *Луночка*, *Ласочка*, *Лапочка*, *Деточка*, *Солнышко*, *Кометочка*, *Звездочка*, *Детик*, *Любимая*, *Кисанька*, *Котенок*<sup>1</sup>. Владимир Набоков называл супругу Веру метафорически *Моё золотое*, *изумительное счастье*, *Радуга моя солнечная*, *Моя песнь*, прозвищами *Собаченька*, *Старичок*, *Ножки мои милые*, *Мой обезьяныш*, *Тюфка*, *Тушкан*, *Комочек*, *Тёпленький*, *Воробышко*, *Комарик*, *Муренька*, *Козлик*, *Скунсик*, *Кустик*, *Кутиш*, *Мотылёнок*<sup>2</sup>. Антон Чехов в письмах жене Ольге Книппер-Чеховой называл ее прозвищами *Собака*, *Лошадка*, *Бабуся*, *Венгерец*, *Дуся*, *Дусик*, *Книпишиц*, *Замухрыша*, *Милюся моя*, *Актрисуля*, *Балбесик мой*, *Таракаша*, *Индюшечка*<sup>3</sup>. По мнению психологов, «только у двоих есть право знать “код”, без которого никто из посторонних людей не поймет смысла личных прозвищ, порой весьма оригинальных, подчеркивающих отдельность и неповторимость истории отношений двоих: абсолютная и безусловная любовь»<sup>4</sup>. Как отмечает Т. В. Шпар, «ласкательные имена являются проявлением словесной ласки, нежности, поэтому они не могут быть злыми, оскорбительными» [22, с. 43]. Индивидуальность имени собственного, вводящего человека в особые «приватные» отношения с ним, усматривает и Е. Л. Березович [1, с. 39]. И. В. Крюкова, исследовавшая динамический аспект аксиологической коннотации имени собственного, приходит к выводу о более ярком и отчетливом, чем у имен нарицательных, проявлении оценочности у собственных имен [8].

И. П. Лысакова и К. Б. Комцян в обзорной статье, посвященной эволюции представлений о категории диминутивности в русском языке, подчеркивают отход от «чисто уменьшительной природы» диминутивных дериватов и превалировании в них коннотативного компонента над денотативным [9]. Ряд исследователей отмечают неприятие диминутивизации речи носителями русского языка. Речевая агрессия рассматривается как специфическая реакция на стрессовую ситуацию [11; 18]. Нас же заинтересовала функция выражения положительного отношения и инти-

<sup>1</sup> Смородинская М. Маяковский и Брик. История великой любви в письмах. М.: Алгоритм, 2014. 288 с. (Серия Роман в письмах).

<sup>2</sup> Набоков В. В. Письма к Вере. URL: [https://librebook.me/pisma\\_k\\_vere/vol4/1](https://librebook.me/pisma_k_vere/vol4/1) (дата обращения 27.06.2023).

<sup>3</sup> Томашевская В. 800 любовных писем Антона Чехова и Ольги Книппер. URL: <https://stihi.ru/2020/02/16/2295> (дата обращения 20.06.2023).

<sup>4</sup> Ким Н. О чем говорят наши нежности. URL: <https://www.psychologies.ru/articles/o-chem-govoryat-nashi-nejnosti/> (дата обращения 02.12.2023).

мизации речи в предложенной А. М. Родимкиной классификации уменьшительных существительных [15].

З. И. Резанова и Е. Д. Некрасова в статье «Семантика диминутивных суффиксов в восприятии носителей русского языка: влияние контекстных и социальных факторов» отмечают: «Деривационная подсистема языка моделировалась как функциональное распределение словообразовательных типов и словообразовательных гнезд, в чем отразилось доминирование в тот период структурной модели описания языка» [14]. Они сосредоточили внимание на определении психологической релевантности семантики и функции деривационного суффикса с использованием возможностей психолингвистических экспериментальных аппаратных методов анализа. Им удалось подтвердить психологическую реальность базовых признаков диминутивных суффиксов русского языка и доказать, что суффикс является самостоятельной семантически и функционально значимой величиной, в то же время зависимой от внешнего контекста. В первом гнездовом *Словаре русских личных имен*<sup>1</sup> представлена совокупность всех уменьшительно-ласкательных образований от заглавного слова и его вариантов в виде гнезда, состоящего из исходного (заглавного) слова (официальная, стилистически нейтральная форма имени) и суффиксальных производных. При этом члены словообразовательной парадигмы являются равнопроизводными. При образовании производных личных имен может усекается любая часть производящего слова, нередко производящее и производное имеют минимальное фонемное совпадение: (Андр)е(й) → Д|юк|а.

Возвращаясь к задаче выявления степени архетипичности уменьшительно-ласкательных дериватов личных имен с положительной коннотацией в условиях многоязычия, проведем диахронический экскурс в становление антропонимической картины башкир. В тюркской языковой картине мира экспрессивное онимное словообразование не столь вариативно. Этноментальная особенность — сдержанность в проявлении эмоций на людях — в башкирском языке представлена весьма немногочисленными уменьшительно-ласкательными аффиксами, например, *-кай / -кэй*. Часто к членам семьи обращаются не по имени, а используя термины родства. Притяжательные аффиксы *-ым, -ем, -ом, -им* коннотируют ла-

ску, нежное покровительство: *улым* (семантика принадлежности «мой сын» в контекстном употреблении трансформируется в семантику ласкательности «сын / сыночек / сынуля») — *ул* (башк. «сын») + *ым* и т. п. Формообразующие аффиксы субъективной оценки (*эсэ-кэй* — «мамочка») подробно рассмотрены в работе К. Г. Ишбаева [6, с. 519]. Формообразующие аффиксы *-кай / -кэй* апеллятивной лексики участвуют и в создании уменьшительно-ласкательных форм личных имен: *Салима+кай*: «Сэлимэкэй» — башкирская народная песня лирического характера, *узун кюй*, о любви Буранбай эсэнна к Салиме. В зафиксированных в *Словаре башкирских имен*<sup>2</sup> мужских личных именах *Ғәликәй* (*ғәли* араб. «величие» + *кәй* ласкательная форма имени *Ғәли*), *Каныкай / Каникай* (*хан* + *кай*) и женских личных именах *Ғөлкәй* (*гөл* перс. «цветок» + *кәй*), *Буләкәй* (*буләк* башк. «подарок» + *кәй*), аффикс *-кай / -кәй* инкорпорирован в основу, утратил категорию диминутивности (застывшими диминутивами избилует русская апеллятивная лексика: *девушка, кольцо, очкарик, полено*).

Сомнение вызывает причисление второго компонента сложносоставных онимов *-йән* (перс. *ناج* *джан* — «душа»), *-хан* (тюркская титульная лексема «хан» — «правитель», «повелитель», «предводитель»), *-бикә* (араб. «госпожа», «хозяйка») к морфологическим средствам диминутивности в башкирском языке [16, с. 49]. Перечисленные в исследовании Л. Х. Самситовой башкирские мужские *Рәхимйән, Фазылйән, Әхтәрйән, Хәйзәрйән, Тимерхан, Батырхан, Дәүләтхан* и женские имена *Йәнбикә, Алмабикә, Үлмәсбикә, Тукмасбикә, Әсмәбикә* являются двусоставными именами, изначально мотивированными семантикой апеллятивных основ. Они никак не передают ни субъективно-оценочное значение малого объёма или размера, ни категорию сферы чувств. Поэтому согласимся с наблюдением И. Голушина о том, что оценочность связана с определением значимости объекта или ситуации для говорящего и является аксиологической категорией, а для эмотивности характерна аффективная функция [4].

На многослойную антропонимическую систему башкир большое влияние продолжают оказывать правила русского языка на всех языковых уровнях. Словообразовательные модели русского языка архетипизировались настолько, что легко встраиваются в современные языковые систе-

<sup>1</sup> Тихонов А. Н., Бояринова Л. З. и Рыжкова А. Г. *Словарь русских личных имен*. М.: Школа-Пресс, 1995. 736 с.

<sup>2</sup> Кусимова Т. Х. *В мире имен*. Уфа: Китап, 1991. 192 с.

мы народов Российской Федерации, а паспортная структура личного имени не исключает неофициальных инвариантов в системе актуальной антропонимии.

По большей части участники нашего опроса, студенты-билингвы — носители государственного, русского и родного (башкирского, татарского, чувашского и др. языков). Ответы респондентов на вопрос «Как вас неофициально (ласково) называет самый близкий человек?» представлены эмотивными вариантами: *Любимая, Родная, Милая, Иркәм* (башк. *Милая моя*), *Матурым* (башк. *Моя красавица*), зооморфными прозвищами: *Зайка, Медвежонок, Котик, Обезьянка*, именованиями небесных тел: *Солнце, Солнышко, Кояш* (башк. *Солнце*), *Кояшым* (башк. *Солнышко*), фитонимами: *Цветочек, Ромашка*, «вкусными» прагматонимами: *Булочка, Пирожочек, Сахарочек*, терминами родства: *доченька, улым, кызым*.

Варианты неофициальных форм личных имен, образованных по словообразовательным моделям русского языка:

- гипокористики: *Ви, Ди, Дада, Ксю, Рома, Саша, Тим, Тёма, Макс, Даня, Гога, Аня, Нюта, Зюзи, Аза, Эля*;

- добавление к основе имени уменьшительно-ласкательных аффиксов:

- чик: *Адельчик, Арсланчик, Дианчик, Искандэрчик, Рустемчик, Юльчик*;

- ка: *Азалька, Айгулька, Кагирка, Каринка, Ралька, Розалька, Фанилька*;

- уша, -юша, -иша, -яша, -оша: *Алюша, Алсуша, Деляша, Кариша, Настюша, Эльзюша, Антоша, Илюша*;

- очк, -ечк: *Диночка, Яночка, Луизочка, Асечка, Гузелечка, Данечка, Дилечка, Лесечка, Юлечка*;

- еньк: *Катенька, Аришенька*;

- ся: *Ренуся, Леся, Руся, Маруся, Леруся, Натуся*;

- юшка, -ашка, -ишка: *Алюшка, Илюшка, Наулюшка, Альбинашка, Аришка*;

- ик: *Айдарик, Азатик, Аскарлик, Нурик, Лёлик, Серёжик, Альбертик, Назик*;

- ня: *Дашуня*;

- усик: *Тагирусик, Ромусик* и т. д.

Для выявления субъективной оценки эмотивной специфики вариантов онимоупотребления респондентам было предложено ответить на вопросы исходя из их личного социокультурного опыта:

1. Как вы относитесь к уменьшительно-ласкательным формам своего имени? (рис. 1).

Уменьшительно-ласкательные формы имени вызывают чаще положительные эмоции, следова-

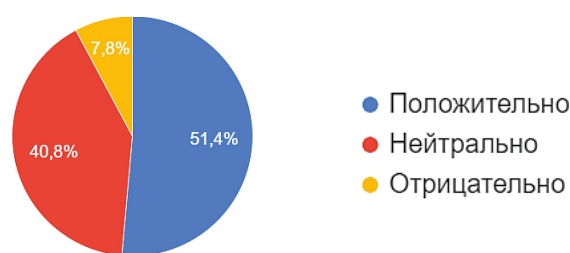


Рис. 1. Результаты ответов на вопрос «Как вы относитесь к уменьшительно-ласкательным формам своего имени?»

Fig. 1. The results of the answers to the question “How do you feel about the diminutive forms of your name?”

тельно, являются эмотивными единицами языка позитива.

Для выявления социокультурных сфер и ситуаций неофициального онимоупотребления респондентам было предложено ответить на вопрос:

2 В какой ситуации вы используете уменьшительно-ласкательные формы имени? (рис. 2).

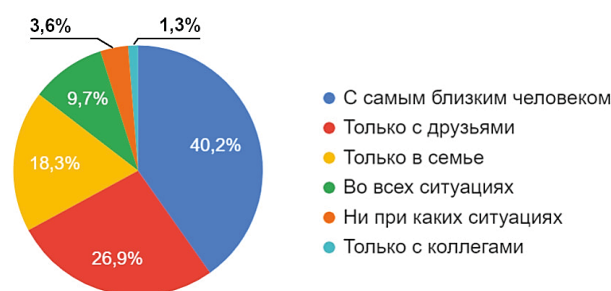


Рис. 2. Результаты ответов на вопрос «В какой ситуации вы используете уменьшительно-ласкательные формы имени?»<sup>1</sup>

Fig. 2. The results of the answers to the question “In what situation do you use diminutive forms of the name?”<sup>1</sup>

Уменьшительно-ласкательные формы имени маркируют интимизацию коммуникации (минимальная дистанция, доверие).

Для выявления интенсивности демонстрации положительной эмоции к адресату коммуникативного намерения посредством употребления уменьшительно-ласкательной формы личного имени был задан вопрос:

<sup>1</sup> Здесь и на рис. 3: варианты ответов, которые составляли менее 1 %, сгруппированы или не учитывались; некоторые основные ответы увеличились в проценте за счет тех единичных ответов, которые относятся к популярной группе, но ошибочно выделены в отдельную группу.

3. «Часто ли вы обращаетесь к близкому человеку, употребляя его имя в неофициальной форме с уменьшительно-ласкательным суффиксом?» (рис. 3).

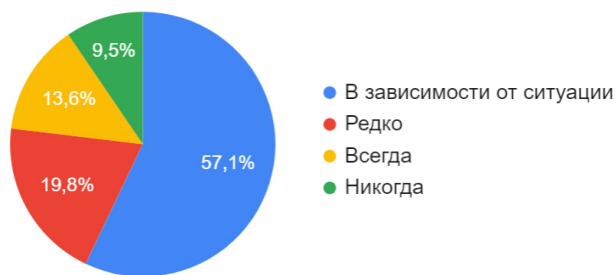


Рис. 3. Результаты ответов на вопрос «Часто ли вы обращаетесь к близкому человеку, употребляя его имя в неофициальной форме с уменьшительно-ласкательным суффиксом?»

Fig. 3. The results of the answers to the question «Do you often address a loved one by using his name in an informal form with a diminutive suffix?»

Направленность эмоции к объекту коммуникации выше (положительная с точки зрения мотивационной функции эмоции), чем от объекта коммуникации (отрицательная с точки зрения мотивационной функции эмоции).

Для выявления лингвокреативных компетенций и индивидуального восприятия эвфонии имени заданы вопросы:

4. Как бы вы ласково назвали обладательницу женского имени *Октавия*?

Респонденты предложили 80 вариантов:

*Ави, Ви, Ови, Отя, Октавуша, Октавушка, Октавка, Октавочка, Октавуша, Октавенька, Октавинка, Октавя, Окталя, Октавиюшечка, Октавиушка, Октавиюшка, Октавишечка, Октавусик, Октяничик, Октавик, Октавишка, Виечка, Виюша, Вишечка, Вия, Тава, Тавя, Тавия, Тавишка, Тавочка, Тавуня, Тавуша, Тася, Октавичка, Октавичька, Октавиечка, Октавленчик, Октава, Октавчик, Октаха, Окташа, Октавиюша, Окташка, Ава, Актавочка, Окта, Окти, Октик, Октяся, Октяуша, Оксимирон, Октавианочка, Октавинатор, Шкода октавия, Шкода, Шкодочка, Ок, Ока, Окка, Тая, Ева, Восьмерочка, Просто «О», Октопус, Октавиус, Октавис, Октавиан, Октавиюшка, Окавя, Октябристка, Оксик, Мать Матчества, Октяушка, Октяничик, Октавиушечка, Октавиночка.*

Наиболее частотный вариант — *Октавушка*. Частотны ассоциации с маркой автомобиля «Škoda Octavia»: *Шкода октавия, Шкода, Шкодочка*, ассоциации с числом *octo* (лат. «восемь»):

*Восьмерочка*. Краткий эмотивный вариант имени результат компрессивного словообразования, усеченного до односложного *Ви*.

5. Как бы вы ласково назвали обладателя мужского имени *Джастин*?

Респонденты предложили 72 варианта: *Джа, Джан, Джо, Джи, Джа, Джаст, Джас, Джасс, Джесс, Джес, Джос, Джасик, Джазик, Джаз, Джаси, Джасты, Джастик, Джастин, Джася, Джуся, Джастя, Джастиня, Джастинюня, Джастюша, Джаня, Джасинушка, Джастинушка, Джастинюша, Джастиночка, Джастинчик, Джастичка, Джей, Джин, Джемчик, Бибер, Джаза, Джас денс, Джастин Бибер, Джастинбибер, Айджаст, Джостик, Джойстик, Дастик, Тимберлейк, Джаша, Джастичкич, Жожоба, Жора, Жорик, Джастин Циферблат, Диджей Джей Си, Джостер, Тинчик, Стинчик, Джастинус, Джуша, Денчик, Джастинка, Джаст ду ит, Джастин бек, Джастунчик, Доберман, Джиджи, Джей джей, Тин, Стини, Джастинульен, Жастик, Жастиня, Джастуся, Джастиненок, Дж.*

Наиболее частотный вариант — *Джастик*. Частотны ассоциации с именем поп-Р&В-певца *Джастина Бибера*: *Бибер, Джастин Бибер, Джастинбибер*, с именем американского певца, композитора, продюсера *Джастина Тимберлейка*: *Тимберлейк*. Краткий эмотивный вариант представлен консонантным буквосочетанием *Дж*.

6. Расположите варианты имени *Амина* с уменьшительно-ласкательными суффиксами от минимально выраженной до максимальной степени проявления положительного субъективно-оценочного значения.

Респонденты предложили 40 вариантов имени: *Ами, Аминка, Аминочка, Аминуша, Аминушка, Аминушечка, Аминуля, Минуся, Амишка, Амиша, Амуна, Муся, Мина, Миня, Минечка, Минулька, Мими, Мики, Мика, Минка, Аминяша, Аминашик, Амишечка, Аминчик, Минчик, Мишечка, Мишка, Аминатка, Аминаточка, Аминатик, Аминусик, Аминулька, Амню, Амнок, Амнона, Амикося, Амнок, Аниме, Аминокислота, Витаминка.*

Наиболее частотный вариант — *Аминочка*. Краткий эмотивный вариант — *Ави*.

7. Выберите вариант имени *Амир* с уменьшительно-ласкательными суффиксами с максимальной степенью проявления положительного субъективно-оценочного значения.

Респонденты предложили 24 варианта: *Ами, Амирик, Амирчик, Амирка, Амиронька, Амибочка, Амирушка, Амик, Мир, Мира, Мирка, Миронь-*

ка, Мирчик, Мирушка, Муся, Амируся, Аксимирон, Оксимирончик, Акакий, Амирджан, Ам-ням, Амироксилола, Марушка, Арматурка.

Наиболее частотный вариант — Амирчик. Краткий эмотивный вариант — Ами.

8. Расположите варианты имени Владимир с уменьшительно-ласкательными суффиксами от минимально выраженной до максимальной степени проявления положительного субъективно-оценочного значения.

Респонденты предложили 34 варианта: Вова, Вовка, Вовочка, Вовчик, Вовонька, Вовуля, Вовуня, Вовашка, Вовуша, Вовушка, Влад, Владик, Владюша, Владя, Володя, Володенька, Володяша, Володька, Вадя, Вован, Вованка, Вованчик, Володюха, Владимир Владимирович, Владимирский централ, Балдик, Володка, Володянский, Видюха, Вавуся, Вовжик, Владос, Володонька, Вовушка, Совушка.

Наиболее частотный вариант — гипокористическое имя Вова.

9. Расположите варианты имени Валерия с уменьшительно-ласкательными суффиксами

от минимально выраженной до максимальной степени проявления положительного субъективно-оценочного значения.

Респонденты предложили 36 вариантов: Лера, Леля, Валерочка, Валечка, Лерусик, Леруська, Лерусенька, Лерчик, Лерочка, Лерунчик, Лерик, Лерок, Ларчик, Вэлери, Леруня, Леруся, Лерка, Леруша, Лерушка, Леруха, Лерика, Валера, Валерон, Валеруся, Лемурчик, Лелька, Кипелов, Валя, Валюся, Вава, Валюша, Валюха, Валерианка, Лялечка, Лека, Леронька.

Наиболее частотный вариант — гипокористическое имя Лера.

10. Какой суффикс передает максимально выраженную степень отношения теплоты, привязанности, эмоциональной близости к человеку по имени Мария, Ангелина, Александр, Тимур: -ик, -ец, -ко, -к, -ш, -очк, -ечк, -еньк, -иньк, -оньк, -ульк, -ик, -чик, -ся, -ля, -уш, -юш, -ушк, -юшк, -ха, -уня, -аня, -еня, -юня, -ан (рис. 4).

Имена Мария и Александр входят в ядро глобальной антропонимической системы, они вечны, обладают достаточно устойчивой гендерной

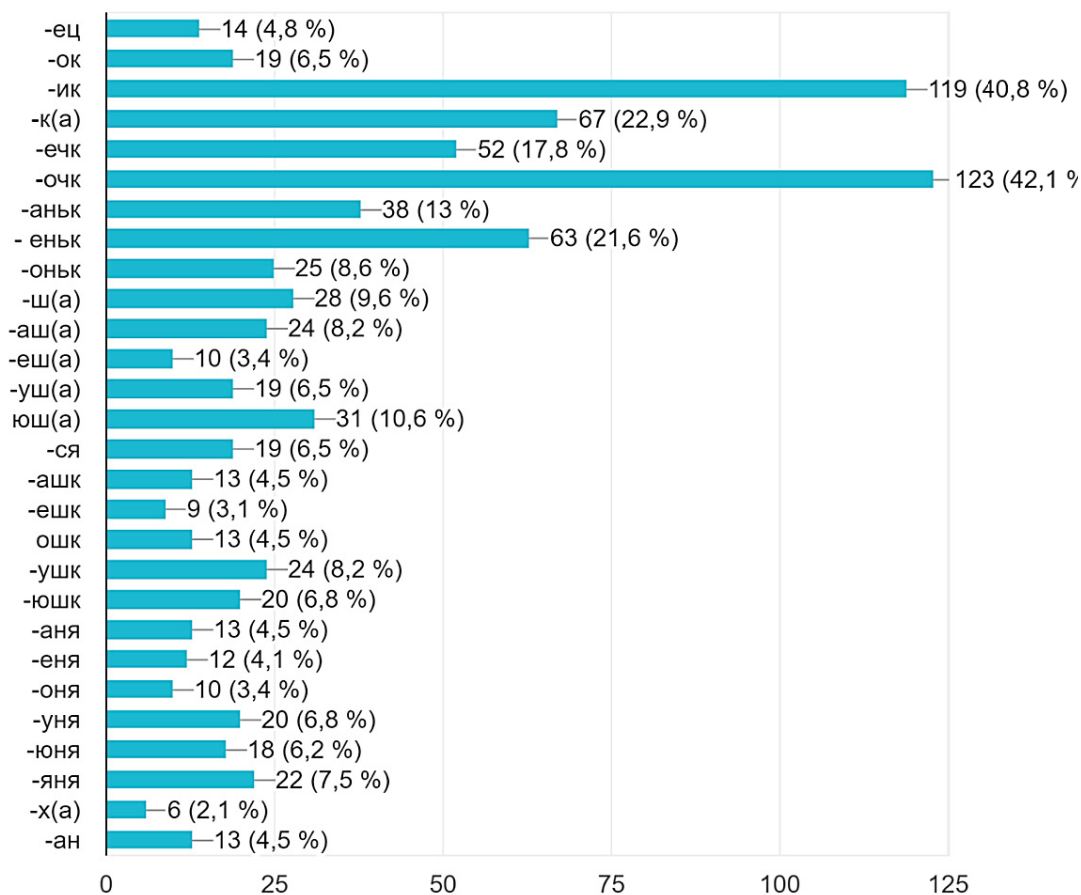


Рис. 4. Результаты ответов на вопрос «Какой суффикс передает максимально выраженную степень отношения теплоты, привязанности, эмоциональной близости?»

Fig. 4. The results of the answers to the question «Which suffix conveys the most pronounced degree of warmth, affection, and emotional intimacy?»

идентифицируемостью (оним *Мария* соотносится с библейским образом женщины, а оним *Александр*, как и Адам, мужчины), не подвержены влиянию моды, политики, эфоничны. Частотные в практике имянаречения в Республике Башкортостан имена *Тимур* и *Ангелина* обладают признаками языковой устойчивости.

Как видим из шкалы (рис. 4), максимально выраженную степень отношения теплоты, привязанности, эмоциональной близости коннотирует суффикс *-очк*. Наше исследование позволяет прийти к выводу об архетипичности и функциональной стереотипизированности аффиксов, коннотирующих положительные эмоции.

### Заключение

Эмотивность есть языковая категория, ее следует рассматривать и интерпретировать, руководствуясь устоявшейся методологией лингвистических исследований.

В эмотивных языковых единицах отражены

древние базовые поведенческие модулы заботы матери о своем дите, эволюционировавшие в сложную форму психической деятельности человека, предопределяющей его поведение, самоочевидно направленное на избегание отрицательных эмоций.

Имена личные являются вполне репрезентативным материалом для всестороннего научного осмысления теории эмотиологии.

Системы личных имен в современных условиях чрезвычайно восприимчивы и гибки, в них сосуществуют устоявшиеся традиции онимного словообразования этносов, проживающих на территории Российской Федерации, и модели субъективно-оценочной деривации, присущие русскому именику. Ассоциативный ряд неофициальных именованных людей не ограничивается propriальными единицами, а расширяется за счет отражения в индивидуальной антропонимической картине мира субъективного эмоционально-экспрессивного восприятия онимов.

### Список источников

1. Березович Е. Л. Русская ономастика на современном этапе: критические заметки // Известия Российской академии наук. Серия Литературы и языка. 2001. Т. 60, № 6. С. 34–46.
2. Вежицкая А. Язык. Культура. Познание. М. : Русские словари, 1996.
3. Гарагуля С. И. Антропонимическая прагматика и идентичность индивида: опыт системного описания личных имен в США : дис. ... д-ра филол. наук. М., 2009. 418 с.
4. Голушин И. Диминутив как способ выражения эмотивности в русском и сербском языках (на материале романа М. Шишкина «письмовник» и его перевода на сербский язык) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2021. 24 с.
5. ИONOBA C. B. Лингвистика эмоций в контексте современных научных исследований // Известия ВГПУ. 2022. № 3 (166). С. 221–226.
6. Ишбаев К. Г. Виды аффиксальных морфем в башкирском языке // Вестник Башкирского университета. 2012. Т. 17, № 1 (I). С. 518–520.
7. Кавинкина И. Н. Проявление гендерного фактора в русском языке. URL: [https://ebooks.grsu.by/kavinkina\\_gender/glava-1.htm](https://ebooks.grsu.by/kavinkina_gender/glava-1.htm) (дата обращения 02.04.2023).
8. Крюкова И. В. Аксиологическая коннотация имени собственного: динамический аспект // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. Т. 12, вып. 10. С. 261–266.
9. Лысакова И. П., Комцян К. Б. Из истории категории диминутивности в русском языке // Международный научно-исследовательский журнал. 2022. № 6-3 (120). С. 47–51.
10. Матвеева Т. В. Экспрессивность русского слова. Lap Lambert Academic Publishing, 2013. 177 с.
11. Менькова Н. В. Диминутивы как речевая неудача // Верхневолжский филологический вестник. 2018. № 4 (15). С. 127–136.
12. Миронова Н. И. Социопсихолингвистика: объект и предмет науки // Вопросы психолингвистики. 2014. № 20. doi: 10.17223/15617793/421/2.
13. Потебня А. А. Из записок о русской грамматике. Вып. 3. Харьков, 1899. 552 с.
14. Резанова З. И., Некрасова Е. Д. Семантика диминутивных суффиксов в восприятии носителей русского языка: влияние контекстных и социальных факторов // Вестник Томского государственного университета. 2017. № 421. doi: 10.17223/15617793/421/2.
15. Родимкина А. М. Уменьшительно-оценочные существительные в современном русском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Л., 1980. 22 с.

16. Самситова Л. Х., Мухамедова С. Х. Диминутивы в башкирском и узбекском языках // Проблемы востоковедения. 2021. № 3 (93). С 48–52.
17. Супрун В. И. Имя собственное как эмотивный феномен // Известия ВГПУ. 2019. № 1 (134). С. 199–203.
18. Трубникова В. Ю. Прагматическая (не)уместность употребления диминутивов в русском языке // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12, № 4. С. 1160–1174.
19. Шаховский В. И. Лингвистическая теория эмоций. М. : Гнозис, 2008. 414 с.
20. Шаховский В. И. Экология эмотивного языка: теоретические и практические аспекты // Экология языка и коммуникативная практика. 2013. № 1. С. 233–245.
21. Шаховский В. И. Эмоциональная картина мира и язык // Лексика, грамматика, текст в свете антропологической лингвистики : тезисы докладов и сообщений международной научной конференции. Екатеринбург, 1995. С. 25–26.
22. Шпар Т. В. Прозвищные ласкательные именованья в немецком языке // Вестник Томского государственного университета. 2012. № 354. С. 41–43.

## References

1. Berezovich YeL. Russkaya onomastika na sovremennom etape: kriticheskiye zametki = Russian Onomastics at the Present Stage: Critical Notes. *Izvestiya Rossiyskoy akademii nauk. Seriya Literatury i yazyka = News of the Russian Academy of Sciences. Series of Literature and Language*. 2001;60(6):34-46. (In Russ.).
2. Vežbickaja A. Language. Culture. Cognition. Moscow, Russkiye slovari; 1996. (In Russ.).
3. Garagulya SI. Antroponimicheskaya pragmatika i identichnost' individa: opyt sistemnogo opisaniya lichnykh imen v SSHA = Anthroponymic pragmatics and individual identity (experience of systematic description of personal names in the USA). Thesis abstract. Moscow, 2009. 418 p. (In Russ.).
4. Golushin I. Diminutiv kak sposob vyrazheniya emotivnosti v russkom i serbskom yazykakh (na materiale romana M. Shishkina "pis'movnik" i yego perevoda na serbskiy yazyk) = On the methods of translation Russian diminutives into Serbian language (based on the novel "Pismovnik" by M. Shishkin). Thesis abstract. Yekaterinburg, 2021. 24 p. (In Russ.).
5. Ionova SV. Lingvistika emotsiy v kontekste sovremennykh nauchnykh issledovaniy = Linguopsychology of emotions in the modern linguistics concepts. *Izvestiya VGPU = Izvestia VGPI*. 2022;(3(166)):221-226. (In Russ.).
6. Ishbayev KG. Vidy affiks'al'nykh morfem v bashkirskom yazyke = Types of affixal morphemes in Bashkir language. *Vestnik Bashkirskogo universiteta = Bulletin of the Bashkir State University*. 2012;17(1):518-520. (In Russ.).
7. Kavinkina IN. Proyavleniye gendernogo faktora v russkom yazyke = The manifestation of gender in the speech behavior of Russian speakers. Available from: [https://ebooks.grsu.by/kavinkina\\_gender/glava-1.htm](https://ebooks.grsu.by/kavinkina_gender/glava-1.htm). (accessed 02.04.2023). (In Russ.).
8. Kryukova IV. Aksiologicheskaya konnotatsiya imeni sobstvennogo: dinamicheskii aspekt = Axiological connotation of a proper name: dynamic aspect. *Filologicheskiye nauki. Voprosy teorii i praktiki = Philological sciences: theory and practice*. 2019;12(10):261-266. (In Russ.).
9. Lysakova IP, Komtsyan KB. Iz istorii kategorii diminutivnosti v russkom yazyke = From the history of the diminutive category in Russian. *Mezhdunarodnyy nauchno-issledovatel'skiy zhurnal = International Scientific Research Journal*. 2020(6-3):47-51. (In Russ.).
10. Matveyeva TV. Ekspressivnost' russkogo slova = Expressiveness of the Russian word. Lap Lambert Academic Publishing; 2013. 177 p. (In Russ.).
11. Men'kova NV. Diminutivy kak rechevaya neudacha = Diminutives as a speech failure. *Verkhnevolzhskiy filologicheskii vestnik = Verkhnevolzhsky Philological Bulletin*. 2018;(4(15)):127-136. (In Russ.).
12. Mironova NI. Sotsiopsikholingvistika: ob'yekt i predmet nauki = Sociopsycholinguistics: Subject and Object of this Discipline. *Voprosy psikholingvistiki = Journal of Psycholinguistics*. 2014;(20). doi: 10.17223/15617793/421/2. (In Russ.).
13. Potebnaya AA. Iz zapisok o russkoy grammatike = From notes on Russian grammar. Khar'kov, 1899. 552 p. (In Russ.).
14. Rezanova ZI, Nekrasova YeD. Semantika diminutivnykh suffiksov v vospriyatii nositeley russkogo

yazyka: vliyaniye kontekstnykh i sotsial'nykh faktorov = Semantics of diminutive suffixes in the perception of native speakers of the Russian language: influence of contextual and social factors. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* = *Tomsk State University Journal*. 2017;(421). doi: 10.17223/15617793/421/2. (In Russ.).

15. Rodimkina AM. Umen'shitel'no-otsenochnyye sushchestvitel'nyye v sovremennom russkom yazyke = The diminutive-evaluative nouns in the modern Russian language. Thesis abstract. Leningrad; 1980. 22 p. (In Russ.).

16. Samsitova LKh, Mukhamedova SKh. Diminutivy v bashkirskom i uzbekskom yazykakh = *Diminutives in Bashkir and Uzbek languages. Problemy vostokovedeniya* = *The problems of oriental studies*. 2021;(3(93):8-52. (In Russ.).

17. Suprun VI. Imya sobstvennoye kak emotivnyy fenomen = Proper name as an *emotive phenomenon*. *Izvestiya VGPU* = *Izvestiya VGPU*. 2019;(1):199-203. (In Russ.).

18. Trubnikova VYu. Pragmaticheskaya (ne)umestnost' upotrebleniya diminutivov v russkom yazyke = Pragmatic (In)appropriateness of *Diminutives in the Russian language*. *Vestnik RUDN. Seriya: Teoriya yazyka. Semiotika. Semantika* = *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*. 2021;12(4):1160-1174. (In Russ.).

19. Shakhovskiy VI. Linguistic theory of emotions. Moscow, Gnozis; 2008. 414 p. (In Russ.).

20. Shakhovskiy VI. Ekologiya emotivnogo yazyka: teoreticheskiye i prakticheskiye aspekty = *Ecology of an emotive language: theoretical and applied aspects. Ekologiya yazyka i kommunikativnaya praktika* = *Ecology of language and communicative practice*. 2013;(1):233-245. (In Russ.).

21. Shakhovskiy VI. Emotsional'naya kartina mira i yazyk = emotive worldview in verbal presentation. In: *Leksika, grammatika, tekst v svete antropologicheskoy lingvistiki. Tezisy dokladov i soobshcheniy mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii* = *Vocabulary, grammar, text in the light of anthropological linguistics. Abstracts of reports and messages of the international scientific conference*. Yekaterinburg; 1995. Pp. 5–26. (In Russ.).

22. Shpar T. V. Prozvishchnyye laskatel'nyye imenovaniya v nemetskom yazyke = Hypocoristic nicknames in German. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* = *Tomsk State University Journal*. 2012;(354):41-43. (In Russ.).

### Информация об авторах

**А. Ф. Азнабаева** — кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков.

**Т. В. Шпар** — кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков.

**Л. Р. Иванова** — старший преподаватель кафедры иностранных языков.

### Information about the authors

**A. F. Aznabaeva** — Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Foreign Languages.

**T. V. Shpar** — Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Foreign Languages.

**L. R. Ivanova** — Senior Lecturer of the Department of Foreign languages

*Статья поступила в редакцию 22.01.2024; одобрена после рецензирования 21.02.2024; принята к публикации 21.04.2024.*

*The article was submitted 22.01.2024; approved after reviewing 21.02.2024; accepted for publication 21.04.2024.*

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflicts of interests.

Научная статья

УДК 81.23

doi: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-37-44

## КЛАССИФИКАЦИЯ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО ТИПАЖА ПИСАТЕЛЬ (на материалах романа Р. Баха «Хорёк-писатель в поисках музыки»)

Екатерина Сергеевна Креницына<sup>1</sup>, Светлана Анатольевна Питина<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, katerina-krin@yandex.ru, 0009-0006-5546-1949

<sup>2</sup>Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, sap.pitina@rambler.ru, 0000-0003-4983-6872

**Аннотация.** Предпринимается попытка классифицировать писателей в рамках исследования лингвокультурного типажа писателя. Актуальность исследования лингвокультурного типажа *писатель* определяется значимостью писателей в развитии культуры определенного народа, а также мирового культурного наследия в целом. На основе моделирования лингвокультурных типажей проводится анализ составляющих представленного для исследования типажа. Понятийная составляющая репрезентирована исследованием словарных статей, а также определением лексем, входящих в семантическое поле критерия. Рассмотрены образный и ассоциативный признаки, присущие писателям. Аксиологическая сторона лингвокультурного типажа *писатель* представлена ценностными ориентирами творческой деятельности писателя. Писательская работа основана на субъектно-объектных отношениях, где субъектом является автор произведения, а в роли объекта выступает результат его творчества. Также в эту схему включен читатель, который в зависимости от позиции рассмотрения может быть как объектом, так и субъектом. Таким образом, мы выделили две категории критериев: субъектные и объектные. Субъектные составляющие лингвокультурного типажа *писатель* включают следующие критерии: талант, слава, значимость, профессионализм. В разряд объектных составляющих лингвокультурного типажа *писатель* входят два критерия: род и жанр литературы, а также целевая аудитория автора. Критерии «талант», «слава» и «профессионализм» представлены в виде дихотомий, то есть компонентов, которые взаимоисключают друг друга. Дихотомический подход к классификации компонентов лингвокультурного типажа *писатель* расширяет понятие «писатель», а также позволяет уточнить его дефиницию. В результате исследования было выявлено, что относительно объема составляющих объектной категории критериев выделяются два компонента — дар и слава. Полнота и комплексность критериев дают возможность сделать вывод о значимости компонента «слава» для американской лингвокультуры. Кроме того, это позволяет выдвинуть предположение об универсальном характере критерия «дар» как свойственного лингвокультурному типуажу *писатель* в разных культурах.

**Ключевые слова:** лингвокультурный типаж *писатель*, классификация, субъект, объект, критерии

**Для цитирования:** Креницына Е. С., Питина С. А. Классификация лингвокультурного типажа *писатель* (на материалах романа Р. Баха «Хорёк-писатель в поисках музыки») // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 5 (487). С. 37–44. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-37-44.

Original article

## CLASSIFICATION OF THE LINGUISTIC AND CULTURAL TYPE “WRITER” (Based on the Materials of R. Bach’s Novel “Writer Ferrets: Chasing the Muse”)

Ekaterina S. Krinitsyna<sup>1</sup>, Svetlana A. Pitina<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, katerina-krin@yandex.ru, 0009-0006-5546-1949

<sup>2</sup>Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, sap.pitina@rambler.ru, 0000-0003-4983-6872

**Abstract.** The article attempts to classify writers the linguistic and cultural type of writer. The relevance of the study of the linguistic and cultural type of writer is determined by the significance of writers in the development of the culture of a particular people, as well as the world cultural heritage in general. Based on the modeling of linguistic and cultural types, an analysis of the components of the type presented for research is carried out. The conceptual component is represented by the study of dictionary entries, as well as the definition of lexemes included

in the semantic field of the criterion. The figurative and associative features inherent in writers are considered. The axiological side of the linguistic and cultural type of writer is represented by the value guidelines of the writer's creative activity. Writing activity is a subject-object relationship, where the subject is the author of the work, and the object is the result of his creativity. Also included in this scheme is the reader, who, depending on the position of consideration, can be both an object and a subject. Thus, we have identified two categories of criteria: subjective and objective. The subjective components of the linguistic and cultural type of writer include the following criteria: talent, fame, significance, professionalism. The category of object components of the linguistic and cultural type of a writer includes two criteria: the type and genre of literature, as well as the author's target audience. The criteria "talent", "fame" and "professionalism" are presented in the form of dichotomies, that is, components that are mutually exclusive. A dichotomous approach to classifying the components of the linguistic and cultural type of writer expands the concept of writer and also allows us to clarify its definition. As a result of the study, it was revealed that, regarding the volume of components of the object category of criteria, two components are distinguished — gift and glory. The completeness and complexity of the criteria allow us to draw a conclusion about the importance of the "fame" component for American linguistic culture. In addition, this allows us to make an assumption about the universal nature of the "gift" criterion as characteristic of the linguistic and cultural type of writer in different cultures.

**Keywords:** linguistic and cultural type writer, classification, subject, object, criteria

**For citation:** Krinitsyna ES, Pitina SA. Classification of the Linguistic and Cultural Type "Writer" (Based on the Material of R. Bach's Novel "Writer Ferrets: Chasing the Muse"). *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2024;(5(487):37-44. (In Russ.). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-37-44.

### Введение

В настоящее время антропоцентризм характерен для всех аспектов лингвистических знаний, то есть объекты исследуются относительно их роли для отдельного человека, а также функционирования и развития социума [5]. Происходит переход от изучения системы языка к исследованию языковой компетенции носителя этого языка [8]. Особенно явно данный принцип выражен в теории лингвокультурных типажей, который является относительно новым направлением в науке о языке. Типизируемые личности содержат важную информацию о национальных, культурных, социальных, коммуникативных и других особенностях, знание которых играет важную роль в межличностном и межкультурном общении. Согласно определению И. А. Мурзиновой: «Лингвокультурный типаж представляет собой обобщенный тип личности, выделяемой по социально значимым параметрам в рамках определенного социально-этнического общества, проявляющий определенные речеповеденческие характеристики и узнаваемый носителями конкретной этно- или социокультуры по специфическим характеристикам вербального и невербального поведения и выводимой ценностной ориентации» [10, с. 114].

Актуальность писателя как лингвокультурного типажа обусловлена его значимостью в развитии культуры определенного этноса, а также всего мирового культурного наследия с древнейших времен и по сегодняшний день. На самых ранних этапах развития общества прообразом писателя выступали летописцы, которые фиксировали

важные вехи в истории. Кроме того, одной из черт лингвокультурных типажей является их прецедентность [2]. Большое количество исследований, посвященных писателям, подтверждает факт их значимости для культуры и языка. Поэты и писатели посредством различных форм писательской деятельности оказывают влияние на традиции и ценности, а также закладывают основу национального самосознания [6]. Таким образом, писатель играет важную роль в формировании идентичности и сохранении культурного наследия.

Вопрос о статусе писателя и автора интересует исследователей гуманитарных наук уже несколько столетий. Понятия «автор» и «писатель» изучаются в рамках литературного творчества и в связи с их соотносительностью с произведением. «Автор» как непосредственно связанное с художественным произведением понятие рассматривается в теории «эстетической деятельности» М. М. Бахтина. Такой же подход к понятию «автор» используется в концепции «образа автора» и «теория стиля» В. В. Виноградова. В круг понятия «писатель» включен термин «биографический автор», «предполагающий реальное лицо, включенное в практику литературного труда» [9, с. 61]. В последнее время литературоведы изучают писателя в рамках социологического направления. Писательская деятельность рассматривается не как деяния Творца или Демиурга, а в качестве профессии, которая имеет различные особенности реализации в социуме. Создание художественного произведения во многом схоже с законами формирования культуры [15]. По мнению Ю. М. Лотмана, «культура может рассматривать-

ся как сумма сообщений, которыми обмениваются различные адресанты» [7, с. 42]. Согласно исследованию понятийной составляющей ЛКТ *писатель* на материалах лексикографических источников: «Основное значение *писателя* — это человек, для которого написание текстов является профессиональной деятельностью» [4, с. 76].

При описании лингвокультурного типажа необходимо применять комплексный подход, который лежит в основе схемы моделирования лингвокультурного типажа, предложенной В. И. Карасиком [3, с. 215].

Моделирование состоит из следующих этапов:

1. Изучение понятийной составляющей представленного для исследования типажа.

2. Описание образного компонента и ассоциативных признаков лингвокультурного типажа.

3. Определение ценностных характеристик лингвокультурного типажа.

В нашем исследовании мы рассматриваем составляющие лингвокультурного типажа *писатель* (ЛКТ *писатель*) и в связи с этим предпринимаем попытку выделить компоненты ЛКТ *писатель*, включающие различные аспекты реализации писателя: личностные, творческие, социальные, профессиональные и т. д.

### Основные составляющие типологии ЛКТ *писатель*

В романе американского писателя Р. Баха «Хорёк-писатель в поисках музыки» представлены два главных действующих лица: хорёки Баджирон и его жена Даниэлла. Оба героя находят свою реализацию в писательстве. Выбор произведения обусловлен основной целью исследования, а именно изучением образных, поведенческих, ценностных и других проявлений непосредственно писателя. Анималистичность персонажей помогает отделить образ автора от образа писателей-героев произведения и изучать характерные свойства, присущие писателям-персонажам.

Исследуя составляющие ЛКТ *писатель*, мы выделили две группы критериев. Первая группа отражает субъектные качества писателя. Вторая группа компонентов ЛКТ *писатель* носит уточняющий характер и касается объектной стороны творческой деятельности писателя.

Писательская деятельность характеризуется субъектно-объектными отношениями. Субъектом литературного творчества является непосредственно сам писатель. В качестве объекта его работы предстает произведение автора. Следует заметить, что в рамках этого исследования кате-

горию читателей мы также относим к объектной стороне писательского труда. Традиционно принято рассматривать данный вид отношений относительно произведения. Как следствие, писатель и читатель являются субъектами. Мы рассматриваем взаимосвязь писатель—произведение—читатель относительно писателя. В таком случае и произведение, и читатель являются объектами, то есть единицами, на которые направлена деятельность писателя.

#### Субъектные составляющие ЛКТ *писатель*:

Первый критерий классификации ЛКТ *писатель* — это **талант**.

Данный критерий представлен синонимичной лексемой «дар». Именно этот аспект автор выносит в предисловие романа как основополагающий компонент писательской деятельности: «*Волшебный дар твой — сочинять предания и сказки...*»<sup>1</sup>. Согласно толковому словарю Ожегова слово «талант» имеет два значения:

«1. Выдающиеся врождённые качества, особые природные способности.

2. Человек, обладающий такими качествами, способностями»<sup>2</sup>.

В соответствии с критерием «талант» можно выделить следующие дихотомии ЛКТ *писатель*: талантливый — бесталантный; одаренный — бездарный. Вслед за Н. В. Писарь мы понимаем термин «дихотомия» как «тип отношений в семиотических системах, при котором наблюдается взаимосвязь двух знаков, характеризующихся наличием интегрального признака, состоящего в том, что оба знака представляют собой исчерпывающие части делимого целого, и дифференцирующего признака (один знак является отрицанием другого)» [11, с. 17]. Семантическая наполненность лексемы «талант» репрезентирует еще один вид классификации ЛКТ *писатель* в соответствии с природой таланта. Талант может быть врожденной способностью, а также приобретенной. На примере героев книги данное разделение представлено следующим образом: хорек Баджирон является обладателем врожденного таланта писателя, дарованного ему звездами: «*Твой*

<sup>1</sup> Бах Р. Хроники Хорьков. Хорек-писатель в поисках музыки : пер. с англ. Киев : София; М. : Гелиос, 2002. С. 14. (Далее при цитировании произведения Р. Баха ссылки на страницы книги приводятся в круглых скобках после цитаты).

<sup>2</sup> Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка: около 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений / ; под ред. Л. И. Скворцова. 26-е изд., испр. и доп. М. : Оникс [и др.], 2009. С. 788.

дар — в твоём сердце, — шепнули звезды в ответ» (с. 14). Сам Баджирон называет себя прирожденным писателем: «Я — прирожденный писатель!» (с. 52). В отличие от Баджирона Даниэлла не получила данный дар с рождения, но пытается развивать писательские навыки: «Я могла бы научиться...» (с. 58). В свою очередь Баджирон тоже продолжает совершенствовать свои способности: «Как росло его мастерство благодаря упорной практике!» (с. 32).

В критерий «дар» / «талант» следует включить еще один компонент — «муза». «Муза» является неотъемлемой частью деятельности творческого человека. Данная составляющая, которая изначально представляла собой мифологическое существо, вдохновляющее деятеля искусства на создание нового произведения, в настоящее время репрезентирует единицу концептуального мира писателя или другого представителя творческой профессии и представляет интерес для изучения в рамках когнитивной лингвистики.

Следующий критерий классификации ЛКТ *писатель*, который мы выделили, — это **слава**. Значение в словаре Ожегова: «СЛАВА, -ы, жен.

1. Почётная известность как свидетельство всеобщего уважения, признания заслуг, таланта.

2. Слухи, молва (разг.).

3. Общепринятое мнение, репутация»<sup>1</sup>.

Аспект «слава» выражен следующими лексическими единицами: «известный», «знаменитый», «популярность», «успех», «признание» и др. Здесь прежде всего можно выделить дихотомию: известный—неизвестный: «знаменитый писатель» (с. 36), «Ускользнуть от великой славы» (с. 57), «но уже довольно известный молодой писатель» (с. 31), «В свете той заслуженной популярности ...», «... что мой колибри принес нам с вами такой успех» (с. 87), «Да она же настоящая звезда!» (с. 181). Кроме того, компонент «слава» также реализован в произведении с помощью метафорических высказываний: «всему миру хоречьей литературы предстояло встать на дыбы» (с. 19), «Его собственная Сверхновая до сих пор так и не вспыхнула на литературном небосклоне» (с. 47). Использование фразеологизмов и художественных средств выразительности свидетельствует о важности концептуальной единицы для языка и культуры определенного народа. На примере фразеологических единиц, использованных в романе, мы видим, что «слава» содержит положительную коннотацию в амери-

канской лингвокультуре. В данном случае критерий «слава» репрезентирован как яркое явление крупного масштаба, которое способно оказать влияние на литературный мир.

Немаловажным фактором в творчестве писателя является признание его деятельности в литературных кругах и мировым культурным сообществом. Для этих целей учреждены различные премии и награды в области литературы. Баджирон, например, представляет себя в своих фантазиях обладателем медали, а также размышляет о церемонии награждения в королевском дворце: «медаль Аведоя Мерека!», «...когда королева провозгласит меня одним из величайших писателей всех эпох?» (с. 130). Этот факт также подтверждает значимость писателя и подтверждает актуальность его исследования в русле лингвокультурологии.

Следует отметить, что критерий «слава» включает в себя такой факультативный признак, как «богатство». В первую очередь «богатство» представлено лексической единицей «богатый» («разбогатевший»). Кроме того, сюда включены понятия, связанные с оплатой писательского труда: «процент авторских отчислений с тиража», а также лексема «бестселлер», которая отражает спрос на книги и, как следствие, признание автора: «Книга его стала бестселлером...» (с. 86).

Особую роль в реализации компонента «слава» играют читатели, которые переходят из разряда «читатели» в разряд «поклонники». В данном случае им важен не только продукт, предоставляемый их любимым автором, но и встреча с ним, получение автографа и т. п.: «Она [Даниэлла] сказала “спасибо” своим поклонникам и легонько коснулась каждого носом, а затем вернулась в магазин и села за столик, где ей предстояло раздавать автографы» (с. 188).

Внешние атрибуты критерия «слава» представлены словами и словосочетаниями: «турне», «рекламный щит», «президентский салон», «лимузин», «интервью», «номер люкс», «постеры», «афиши». Все эти лексические единицы содержат семы «богатство» или «известность».

Третий критерий, описывающий типы ЛКТ *писатель*, — **значимость**. В произведении данный критерий представлен лексемой «великий»: «Ты — великий писатель, и ничего другого я даже слышать не желаю. Своими словами ты изменишь мир!» (с. 50). Исходя из данного контекста, великий писатель — это писатель, который имеет авторитет в литературном мире и способен оказать влияние на развитие культуры. «Да, Баджи-

<sup>1</sup> Ожегов С. И. Указ. соч. С. 727.

рону суждено изменить всю культуру хорьков, поднять ее на невиданную высоту» (с. 57).

Антиподом великого писателя в произведении выступает начинающая писательница Даниэлла, которая своими высказываниями возвеличивает труд Баджирона и обесценивает свой: «Баджирон творит настоящую литературу, — подумала она. — А я пишу безделушку для взрослых, просто занимательную историю для развлечения» (с. 74). «Разумеется, писателем такого масштаба, как Баджирон, ей никогда не стать» (с. 64). Несмотря на то, что в начале карьеры Даниэлла не верит в свой успех в достижении высот в литературе, она не перестает писать и считает себя писателем, но меньшего масштаба, чем ее муж.

Также в категорию «значимость» входит понятие «творец». Писатель уподобляет себя богу, который создает отдельный мир и управляет судьбами своих персонажей: «Наконец-то я стану настоящим творцом!» (с. 77), «...Вероника смеялась над своей создательницей...» (с. 79). Написание большого произведения не только предоставит возможность прославиться, но также перейти в категорию элитарных писателей классических романов. Класс элитарных писателей владеет культурно-речевой компетенцией, которая включает в себя «совокупность знаний, умений и навыков, соответствующую высшему типу речевой культуры — так называемому элитарному (полнофункциональному типу)» [14, с. 6]. Отличительной чертой элитарной языковой личности является богатый лексикон, который активно используется в повседневной жизни, а также владение различными функциональными стилями языка [13, с. 225].

Четвертый критерий типологии ЛКТ писатель — это **профессионализм**. В данном случае представлена дихотомия профессиональный—непрофессиональный писатель. Баджирон является профессиональным писателем, как он сам себя неоднократно называет. Кроме того, здесь отражается перспективность автора: «У Баджирона есть будущее», «Это если допустить, что у меня будет карьера...» (с. 128). В начале истории Даниэлла предстает в образе непрофессионального писателя, для которого писательская деятельность является хобби: «Просто для развлечения» (с. 61). Однако в творчестве писательницы прослеживается ее потенциал к становлению так называемым настоящим или профессиональным автором. Таким образом, профессиональный писатель — это творческая личность, для которой писательский труд явля-

ется основным видом деятельности и источником дохода. Для непрофессионального писателя литературное творчество — это увлечение, цель которого не состоит в получении денежных средств. При этом, как правило, непрофессиональный писатель строит карьеру в другой сфере, отличной от литературы.

В своих размышлениях о писательстве Баджирон рассуждает о необходимости фиксирования слов в письменном или печатном виде. По мнению Баджирона, отсутствие слов на бумаге делает его «болтуном», то есть не позволяет внести себя в разряд писателей. В данном случае актуализируется основная сема понятия «писатель» — человек пишущий. Однако профессионального писателя отличает постоянная практика написания литературных работ и совершенствование собственного стиля.

#### **Объектные составляющие ЛКТ писатель:**

Первый критерий — это **род и жанр литературы**, в котором работает автор: «Любовный роман!» (с. 61), «писать какие-нибудь коротенькие рассказы» (с. 47), «я работаю над серьезным историческим романом...» (с. 37). В соответствии с этим критерием ЛКТ писатель делится на следующие типы: *романист, драматург, поэт, лирик, эссеист и другие*.

К разряду этого же критерия можно отметить индивидуальный стиль писателя, в котором он создает свои произведения: «Стиль писателя тем самым создает уникальный, глубоко личностный художественный мир произведения, формирует его эмоциональную сферу» [1, с. 20]. Именно индивидуальный стиль творчества Баджирона и Даниэллы способствует их достижению успеха в литературном мире.

Следующий критерий типологии ЛКТ писатель, который мы выделили, — это **целевая аудитория**. В начале своей карьеры Баджирон предстает перед читателем в качестве детского писателя, который пишет для щенков. Далее он предпринимает попытку написать большой роман, то есть автор мечтает встать в один ряд с классиками и остаться в истории литературы навсегда: «Я больше не буду писателем для щенков. Я стану творцом!» (с. 77). Читатели Даниэллы представлены по большей части женской аудиторией, которая изначально вдохновила писательницу на написание книги. Главная героиня произведения Даниэллы является собирательным образом персонажей историй, услышанных автором за время ее работы в маникюрном салоне.

В соответствии с интересами читательской аудиторией С. П. Рубцова предложила следующую типологию писателей:

- 1) «дескриптор»;
- 2) «моралист»;
- 3) «развлекатель»;
- 4) «философ» [12, с. 143].

Согласно представленной классификации к первому типу писателей относятся авторы, работающие преимущественно в жанре исторического романа, главная цель которого состоит в описании событий. Второй тип писателей ставит перед собой задачу установить нравственные и моральные ценности, которым должны следовать их читатели. «Писатель-развлекатель» не определяет целью своего творчества — философствование и размышление над вечными проблемами. В данном случае процесс чтения для читателей представляет собой времяпрепровождения. Целевой аудиторией последнего типа авторов этой классификации являются реципиенты, которые посредством произведений пытаются найти смысл жизни и решить другие философские проблемы. Баджирона и Даниэлла мы можем классифицировать как преимущественно «писателей-развлекателей» и «дескрипторов». И Баджирон, и Даниэлла в первую очередь создают свои работы, чтобы развлечь свою аудиторию. Основным методом их творчества — это описание историй главных героев. Однако кроме развлекательного характера, произведения писателей также содержат ценностный ориентир. Для творчества Баджирона, как представителя детской литературы, свойственна воспитательная составляющая. В романе Даниэлла главная героиня претерпевает изменения в личностном плане, и читатели наблюдают эволюцию персонажа. Таким образом, авторов Баджирона и Даниэлла можно классифицировать как «писателей-моралистов». Представленная типология подтверждает комплексность и многоплановость понятия «писатель».

### Заключение

Лингвокультурный типаж *писатель* является многоаспектной единицей языка и культуры, который включает в себя различные виды писателей. При классификации ЛКТ *писатель* учитывались субъектно-объектные отношения творческой деятельности автора, которые представлены следующей схемой: писатель—произведение—читатель. Ориентируясь на это соотношение, мы выделили субъектные и объектные типы критериев.

Следует заметить, что читатель здесь рассматривается как объект, на которого направлено творчество писателя. Субъектные составляющие лингвокультурного типажа *писатель* включают следующие критерии: талант, слава, значимость, профессионализм. В разряд объектных составляющих лингвокультурного типажа *писатель* входят два критерия: род и жанр литературы, а также целевая аудитория автора. Широкий спектр категорий, выделенных в процессе классификации лингвокультурного типажа *писатель*, подтверждает значимость и необходимость его изучения в русле лингвокультурологических исследований. Ряд критериев классификации ЛКТ *писатель* репрезентирован в виде дихотомии, что, в свою очередь, позволяет уточнить дефиницию «писатель». ЛКТ *писатель* представляет собой обобщенное представление о писателях, однако определение критериев их классификации способствует более точному описанию данного типажа. Кроме того, количество компонентов, включенных в критерии, позволяет выделить ключевые концепты культуры. На примере романа американского писателя Р. Баха «Хорек-писатель в поисках музыки» мы видим, что концепт «слава» является значимой составляющей американской лингвокультуры. Критерий «слава» представлен лексическими единицами, которые определяют не только непосредственно семантическое значение лексемы «слава», но также включают факкультативный компонент «богатство» и другие, следующие из него элементы: «бестселлеры», «авторские отчисления», «поклонники», «турне» и т. п. Важно также отметить, что критерий «слава» содержит положительную коннотацию, то есть в американской лингвокультуре «слава» вызывает одобрение и позитивный отклик внутри социума.

Выдвигается тезис о том, что «дар»/«талант» — это универсальная составляющая лингвокультурного типажа *писатель*, характерная для разных лингвокультур. «Дар»/«талант» представлены в виде дихотомии как важный элемент лингвокультурного типажа *писатель*. Данная категория имеет дополнительную классификацию и разделяет писателей, обладающих врожденным даром писательства или приобретенным. Кроме того, внутри критерия «дар»/«талант» выделяется концептуальная единица «муза», которая представляет интерес для изучения в рамках когнитивной лингвистики, а также для исследования лингвокультурного типажа представителей творческих профессий.

## Список источников

1. Белянин В. П. Психолингвистические аспекты художественного текста. М., 1987. 123 с.
2. Дмитриева О. А. Лингвокультурные типажи России и Франции XIX века. Волгоград : Перемена, 2007. 307 с.
3. Карасик В. И. Языковая матрица культуры. Волгоград : Парадигма, 2012. 447 с.
4. Криницына Е. С. Особенности реализации лингвокультурного типажа «писатель» в английском и русском языках (на материале лексикографических источников) // Вестник Челябинского государственного университета. 2020. № 1 (435). Филологические науки. Вып. 119. С. 74–80.
5. Кубрякова Е. С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX в. (опыт парадигмального анализа) // Язык и наука конца XX в. / под ред. Ю. С. Степанова. М. : РГГУ, 1995. 432 с.
6. Кузьмина В. М. Влияние творчества поэтов и писателей на формирование новой системы ценностей советского человека в период индустриальной модернизации // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. 2011. № 1 (17). С. 92–96.
7. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек — текст — семиосфера — история. М. : Языки русской культуры, 1999.
8. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика : учеб. пособие. 3-е изд., перераб. и доп. Минск : Тетра-Системс, 2008.
9. Мельничук С. Ф. К вопросу о лингвокультурном статусе концепта «судьба писателя» // Вестник АГУ. 2017. Вып. 3 (202). С. 60–66
10. Мурзинова И. А. Критерии классификации лингвокультурных типажей // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2021. № 6 (159). С. 55–61.
11. Писарь Н. В. К вопросу об определении понятия «дихотомия» в лингвистике // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Сер.: Филология, педагогика, психология. 2016. № 3. С. 12–18.
12. Рубцова С. П. Проблема автора и читателя в литературном произведении // Вестник ВГУ. Серия: Философия. 2015. № 2 (16). С. 140–150.
13. Сиротинина О. Б. Элитарная речевая культура // Хорошая речь. Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 2001. С. 222–228.
14. Сковордникова А. П., Копнина А. Г. Модель культурно-речевой компетенции студента высшего учебного заведения // Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences Supplement. 2009. № 2. С. 5–18
15. Черёмушников И. К. Художественные тексты как источники изучения культурных феноменов // Вестник ВГУ. Сер. : Философия. 2014. № 1. С. 37–44.

## References

1. Belyanin VP. Psiholingvistichekieskie aspekty hudozhestvennogo teksta = Psycholinguistic aspects of creative texts. Moscow; 1987. 123 p. (In Russ.).
2. Dmitrieva OA. Linguistic and cultural types of Russia and France of the 19<sup>th</sup> century. Volgograd; 2007. 24 p. (In Russ.).
3. Karasik VI. Yazykovaya matricza kultury = Language matrix of culture. Volgograd; 2012. 447 p. (In Russ.).
4. Krinitsyna ES. Peculiarities of the linguistic and cultural type of the writer realization in English and Russian (on the material of lexicographic sources). *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2020;(1(435):74-80. (In Russ.).
5. Kubryakova ES. Evolyuciya lingvisticheskix idej vo vtoroj polovine XX v. (opyt paradigmalnogo analiza) = Evolution of linguistic ideas in the latter half of the 20<sup>th</sup> century. In: Language and science of the 20<sup>th</sup> century. Edited by Yu. S. Stepanova. Moscow; 1995. 432 p. (In Russ.).
6. Kuzmina VM. Vliyanie tvorchestva poetov i pisatelej na formirovaniye novej sistemy cennostej sovetskogo cheloveka v period industrialnoj modernizacii = Influence of poets and writers' work on formation of new value system of Soviet person during the period of industrial modernization. *Scientist notes. Electronic bulletin of Kursk State University*. 2011;(1(17):92-96. (In Russ.).
7. Lotman YuM. Vnutri myslyashhix mirov. Chelovek — tekst — semiosfera — istoriya. = Inside cognitive worlds. Human — text — semiosphere — history. Moscow; 1999. (In Russ.).

8. Maslova VA. Kognitivnaya lingvistika: ucheb. posobie = Cognitive linguistics: textbook. Minsk; 2008. (In Russ.).
9. Melnichuk SF. K voprosu o lingvokul'turnom statuse kontsepta "Sud'ba pisatelya" = On the linguo-cultural status of the concept of "writers fate". *Bulletin of ASU*. 2017;(3(202):60-66. (In Russ.).
10. Murzinova IA. Kriterii klassifikatsii lingvokul'turnykh tipazhey = The criteria of the classification of linguocultural personality types. *Proceedings of Volgograd State Pedagogical University*. 2021;(6(159):55-61. (In Russ.).
11. Pizar' NV. K voprosu ob opredelenii ponyatiya «dixotomiya» v lingvistike. =On the definition of the notion dichotomy in linguistics. *Bulletin of I. Kant Baltic Federal University. Series.: Philology, Pedagogy, Psychology*. 2016;(3):12-18. (In Russ.).
12. Rubczova SP. Problema avtora i chitatelya v literaturnom proizvedenii = Problems of author and reader in literature work. *Bulletin of VSU. Series: Philosophy*. 2015;(2(16):140-150. (In Russ.).
13. Sirotinina OB. E'litarnaya rechevaya kul'tura. Xoroshaya rech'. = Elite speech culture. Good speech. Saratov; 2001. P. 222–228. (In Russ.).
14. Skovordnikova AP, Kopnina AG. Model' kulturno-rechevoj kompetencii studenta vysshego uchebnogo zavedeniya = Model of cultural and speaking competence of higher educational institution student. *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences Supplement*. 2009;(2):5-18. (In Russ.).
15. Cheryomushnikova IK. Literary texts as sources of cultural phenomena study. *Bulletin of VSU. Series: Philosophy*. 2014;(1):37-44. (In Russ.).

### Информация об авторах

**Е. С. Креницына** — преподаватель кафедры теоретического и прикладного языкознания.

**С. А. Питина** — доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры теоретического и прикладного языкознания.

### Information about the author

**E. S. Krinitsyna** — Teacher of the Department of Theoretical and Applied Linguistics.

**S. A. Pitina** — Doctor of Philological Sciences, Professor, Department of Theoretical and Applied Linguistics.

---

Статья поступила в редакцию 05.04.2024; одобрена после рецензирования 11.04.2024; принята к публикации 21.04.2024.

*The article was submitted 05.04.2024; approved after reviewing 11.04.2024; accepted for publication 21.04.2024.*

Вклад авторов: оба автора сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflicts of interests.

Научная статья

УДК 81

doi: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-45-51

## **ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЭРГОНИМОВ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ**

**Марина Фаритовна Масгутова**

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, marina\_masgutova@mail.ru

**Аннотация.** Статья посвящена рассмотрению особенностей функционирования эргонимов в русском языке. В настоящее время эргонимика как область ономастики привлекает внимание многих лингвистов, поскольку имеет особую семантику в гастрономической индустрии и воздействует на реципиента. Это обусловлено, в первую очередь, глобализацией и взаимодействием языка и культуры. Эргонимы представляют определенный лексический пласт современной языковой системы и отражают изменения в социальной сфере. Цель настоящего исследования заключается в комплексном изучении языковых особенностей эргонимов в русском языке. Материалом послужили названия заведений общественного питания города Челябинска и Челябинской области. В ходе нашего исследования были использованы метод компонентного анализа, сопоставительный метод при сборе и анализе эргонимов и составлении картотеки, описательно-классификационный метод, количественный анализ при подсчете лексических единиц и частотности их употребления. В рамках исследования были рассмотрены способы образования эргонимов, их стилистическое многообразие, особенности их функционирования, выявлены разные тематические группы, проанализирована частотность использования лексических единиц в русском языке. Согласно результатам исследования, можно заключить, что коннотативный элемент в семантической структуре эргонима играет ключевую роль. Эргонимы относятся к лингвокультурным явлениям, которые возникают в результате взаимодействия экстралингвистических и лингвистических факторов. Изучение и анализ эргонимов как лингвистического явления позволяет раскрыть особенности экономики и географии Челябинской области, изучить языковую вариативность названий заведений общественного питания на русском языке, что обусловлено многообразием культур в нашей стране, что подтверждается широким использованием лексических единиц на разных языках при номинации заведений общественного питания. Сегодня это немаловажный фактор, диктующий современные тенденции в гастрономической индустрии. Прагматическое воздействие, которое оказывают эргонимы на целевую аудиторию, достигается посредством его функционирования. Экспрессивная, дейктическая, апеллятивная функция и функция идентификации являются основными при номинации заведений общественного питания города Челябинска и Челябинской области. Для современной лингвистики актуально исследование эргонимики, которая обладает специфическими лексико-семантическими и графическими особенностями.

**Ключевые слова:** эргоним, номинация, оним, семантика, воздействие, гибридный, функционирование, особенности

**Для цитирования:** Масгутова М. Ф. Особенности функционирования эргонимов в русском языке // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 5 (487). С. 45–51. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-45-51.

Original article

## **PECULIARITIES OF FUNCTIONING OF ERGONYMS IN THE RUSSIAN LANGUAGE**

**Marina F. Masgutova**

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, marina\_masgutova@mail.ru

**Abstract.** The article is dedicated to the study of semantics of ergonyms in the Russian language. Nowadays ergonimics, being a field of onomastics, is of great interest to many linguists, because it has specific semantics in the

gastronomic industry and is aimed at making a positive impact on the recipient. It can be explained by globalization and the interaction of language and culture. Ergonyms refer to particular lexical layer of the language system, which reflects changes in the social sphere. The aim of the study is to single out the linguistic peculiarities of ergonyms in the Russian language. The material of the study comprises the names of cafes and restaurants in Chelyabinsk city and the Chelyabinsk region. Carrying out the research we used the method of component analysis, comparative method for analyzing ergonyms, descriptive-classification method, quantitative analysis in counting lexical units and the frequency of their use. Within the framework of the present research the word-building of ergonyms and linguistic peculiarities of their functioning and stylistic diversity were studied, thematic groups were outlined, the frequency of use of lexical units was analyzed. According to the results of the present study, we can conclude that the connotative element in the semantic structure of ergonym plays the key role. Ergonyms refer to linguocultural phenomena that appear as a result of the interaction of extralinguistic and linguistic factors. The study and analysis of ergonyms as a linguistic phenomenon allows us to reveal the peculiarities of economy and geography of the Chelyabinsk region, to study the linguistic variety of names of cafes and restaurants in Russian. It has been proved by the wide use of lexical units in different languages in the nomination of catering establishment. Ergonyms have a pragmatic impact on the target audience which is achieved through its functioning. Expressive, deictic, appellative function and identification function are the essential ones in the nomination of catering establishments in the city of Chelyabinsk and Chelyabinsk region. The study of ergonomics, which has specific lexical and semantic graphic features, is related to modern linguistics.

**Keywords:** ergonym, nomination, onym, semantics, impact, hybrid, functioning, peculiarities

**For citation:** Masgutova MF. Peculiarities of Functioning of Ergonyms in the Russian Language. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2024;(5(487):45-51. (In Russ.). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-45-51.

### Введение

В современное время ономастическое пространство языка представляет собой четкую систему. С конца XX в. лингвисты стали проявлять интерес к тем лексическим единицам, которые находились на периферии ономастики, в частности эргонимы. «Эргоним — разряд онима. Собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка» [15, с. 134].

«Эргонимы являются именами собственными, т. к. выполняют функцию единичного имени — идентификационно-дифференцирующую. От других видов онимов эргонимы отличаются вторичностью номинации; структурно-семантическим разнообразием: в качестве названий может использоваться любая языковая единица — от отдельного графического знака до целого предложения; слабой структурированностью; недолговечностью, изменчивостью» [9, с. 16]. Слово любой части речи может стать эргонимом и в результате субстантивации функционировать как имя существительное. Основными аспектами эргонимов в гастрономической индустрии является коннотативный, социолингвистический и структурно-семантический, поскольку изменения в обществе определяют семантическую и прагматическую составляющие эргонимов [8, с. 97].

### Материал и методика исследования

В качестве материала настоящего исследования послужили 600 названий заведений общественного питания в городе Челябинске и Челябинской области. Для достижения цели исследования были использованы следующие методы: лингвистические методы, такие как методы компонентного анализа, лексико-семантического анализа, а также дескриптивный метод.

### Результаты исследования и их обсуждение

В ходе исследования был проведен семантический анализ названий заведений общественного питания в русском языке.

В названиях заведений общественного питания города Челябинска и Челябинской области были выявлены следующие тематические группы:

1. *Флора*: Березка, Журавлина, Клюква, Шафран, Апельсин, Помидор, Инжир, Белая Орхидея, Перчик, Баклажан, Клен, Капуста и т. п.
2. *Фауна*: Белочка, Белая лошадь, Кошка, Птичка, Пчелка, Зебра, Слон, Сова и т. п.
3. *Географические названия*: Палермо, Сицилия, Азия, Баку, Баден-Баден, Сан-Ремо, Барселона, Ереван, Версаль, Куба, Прага, Питер, Марракеш, Камчатка, Анталия и т. п.
4. *Драгоценные камни*: Рубин, Сапфир и т. п.
5. *Имена собственные*: Оливер, Маруся, Аида, Гордан, у Армена, Ольга, папа Карло, Ромео, Ричард, у Саида, Виктория, Сережа, Чарли, Борис и т. п.

Таблица 1  
Table 1

6. *Продукты питания и названия блюд*: Пельмени, Моцарелла, Хачапури, Печеная Картошка, Цыплята-табака, Соляночка и т. п.

7. *Титулы*: Король Густав, Принц, Принцесса, Кардинал, Султан и т. п.

8. *Посуда*: Самовар, Золотая Вилка, Тарелочка, Штопор, Ложка Вилка и т. п.

9. *Природа и природные явления*: Лес, Радуга, Метелица, Солнышко и т. п.

10. *Сельские поселения*: Боярская Станица, Усадьба и т. п.

11. *Музыкальные инструменты*: ФортеПьяно, Рояль и т. п.

12. *Числительные*: Регион 74, 33 пингвина, 15-й закрытый, 4 Pro, 50/50, 7 пятниц, парк 129, 4 сыра, Хатка 118, 5561, Loft 139 и т. п.

13. *Иностранные названия*: Coffee Brothers, Coffee Fox, Fox&Goose, La Boucherie, Dessert, Durem, Feelings, Envy Food & Wine, Freedom, Fresh, Galette, Galaxy и т. п.

14. *Прецедентные имена собственные*: Хоттабыч, Вивальди, Тургенев и т. п.

Согласно результатам исследования, было выявлено частотное использование иностранных названий и имен собственных в названии заведений питания. К наименее частотным можно отнести использование драгоценных камней и посуды в номинации заведений питания. Примечательно то, что семантика названий заведений питания имеет ярко выраженную национально-культурную семантику, поскольку, с одной стороны, они обозначают конкретные объекты и людей, а с другой стороны, они тесно связаны с историей и культурой России и Челябинской области. Считается, что специфику имени собственного следует изучать в большей степени в семантическом аспекте [11, с. 28]. Результаты представлены в табл. 1.

Интересно также отметить способы словообразования названий заведений питания. Были выделены следующие способы словообразования:

1. Морфологический способ:

редупликация — Bla Bla bar, Баден-Баден, Бон-Бон, Chin Chin; Бум бум бар;

субстантивация — Хинкальная, Ребрышковая, Пельменная;

аббревиация: D.O.M., Jb, KFC, R.E.D., E & Z, ВВQ зона, ЧБ, СССР;

словосложение и словослияние — Крошка-картошка, Едатека, Пиццамания, ДемоПлекс, Пиццбург, Safeterium, Dozacoffee;

аффиксация — Соляночка, Славяночка, Хуторок, Тарелочка, Лапочка, Уралочка.

**Частотность употребления лексических единиц в тематических группах**  
**Frequency of the use of lexical units in thematic groups**

| Тематическая группа              | Частотность употребления, % |
|----------------------------------|-----------------------------|
| Флора                            | 4                           |
| Фауна                            | 8                           |
| Географические названия          | 17                          |
| Драгоценные камни                | 1                           |
| Имена собственные                | 21                          |
| Продукты питания и названия блюд | 19                          |
| Титулы                           | 0,5                         |
| Посуда                           | 1                           |
| Природа и природные явления      | 0,5                         |
| Сельские поселения               | 0,7                         |
| Музыкальные инструменты          | 0,3                         |
| Числительные                     | 2                           |
| Иностранные названия             | 23                          |
| Прецедентные имена собственные   | 2                           |

2. Заимствования — Grill House, Subway, Асадо, Генацвале, Burger King, Brauhaus.

3. Олицетворения — Пан Круассан, Don Shaurmitto, Dr. Coffee.

4. Лексико-семантический способ — образование эргонимов, благодаря использованию:

метафор — Своя компания, Мельничный хутор, Царский двор;

имен собственных (антропонимов) — Густав, Аида, Гелеев, Вивальди;

метонимии — Ложка-Вилка, Шоколадница;

топонимов — Версаль, Куба, Камчатка, Питер, Прага.

5. Синтаксический способ:

эргонимы-предложения: Brut is good, Сели-поели, Бобер Выдыхай, All inclusive, I'm bar, Дело не в кофе, Я люблю шашлык;

эргонимы-словосочетания: Белая Лошадь, Царский Дворик, Пересечение вкусов, Белый Трюфель.

6. Гибридизация

«Языковая гибридизация — это смешение языков, которое является результатом большого взаимодействия языка в современном мире при возрастающей роли культурных и экономических связей между народами» [2, с. 114]. Гибридные номинации, нарочитое использование элементов нескольких иностранных языков, имеют высокую частотность в русском языке.

Например, «The Бочка», «Камон в Кардамон», «Biblioteka Lounge», «Дабл Эль», «Shaurma King».

Следует подчеркнуть, что широкое употребление заимствований и иностранных слов в номинации заведений общественного питания связано с глобализацией и стремлением владельцев заведений привлечь внимание клиентов и отразить концепцию заведения. Глобализация способствует формированию современного мирового сообщества и ускорению всех процессов в общественной жизни людей [4, с. 111]. Следует отметить, что многообразие культур в нашей стране — немаловажный фактор, диктующий современные тенденции в гастрономической индустрии. Например, названия, апеллирующие к той или иной этнической группе или национальности:

*русские* — «Березка», «Пельмени», «Самовар», «Боярская Станица»;

*армянские* — «Ереван», «Севан»;

*грузинские* — «Генацвале», «Хачапури», «Нино»;

*французские* — «La Boucherie», «Версаль», «Baget», «La fleur de Прованс»;

*азиатские* (китайские, японские, вьетнамские) — «Saigon», «Камакура», «Азия», «Gong»;

*итальянские* — «Сицилия», «Палермо», «Pinoli», «Felicita»;

*немецкие* — «Paulaner Brauhous», «Брудершафт», «Hessen»;

*американские* — «Brooklyn», «Broadway Street», «American diner»;

*турецкие* — «Durem», «Анталия».

Эргонимы относятся к лингвокультурным явлениям, которые возникают в результате взаимодействия экстралингвистических и лингвистических факторов [6, с. 61]. Изучение эргонима как лингвистического явления позволяет раскрыть особенности экономики и географии определенного региона.

В рамках данного исследования для нас представляют интерес эргонимы, при употреблении которых реализуется их стилистический потенциал [12, с. 182]. «Ономастическая лексика, функционирующая в языке, содержит большой объем фоновой информации, что позволяет использовать ее в качестве сравнения, метонимии и метафоры, в целях создания перифразы, в различных ономастических играх» [14, с. 134].

Среди семантических приемов трансформаций имен собственных, функционирующих в названиях заведений общественного питания, были выявлены следующие стилистические приемы:

1. Аллюзия. Названия заведений питания, «содержащие указание, аналогию или намек на не-

кий литературный, исторический, мифологический или политический факт, закрепленный в текстовой культуре или в разговорной речи» [13, с. 100]. Например, в Челябинске и Челябинской области есть рестораны и кафе с названиями «Вивальди» (Вивальди — один из крупнейших представителей итальянского скрипичного искусства XVIII в.), «Papa Carlo» и «Basilio» (известные персонажи сказки А. Н. Толстого «Золотой ключик, или Приключения Буратино»), «Афина» (в древнегреческой мифологии богиня мудрости, военной стратегии и тактики), «Hottabych Bar» (джинн, один из главных героев повести-сказки «Старик Хоттабыч»).

2. Метонимия. Перенос названия заведения по смежности, а также само переносное значение, которое возникло благодаря такому переносу. Некоторые исследователи определяют «метонимию значительно шире, как замену одного названия предмета другим названием по отношениям, которые существуют между этими двумя понятиями» [1, с. 130]. Например, «Вилки-ложки», «Аппетит», «Ваниль».

3. Метафора. Названия заведения, которые состоят из «слов и выражений в переносном смысле на основании сходства или тождества значений, как отношение предметно-логического значения и значения контекстуального, основанное на сходстве признаков двух понятий» [5, с. 125]. Например, «Своя компания», «Золотая Вилка», «Принцесса Востока».

4. Олицетворение. Названия заведений, олицетворяющих человеческие качества неодушевленных предметов или отвлеченных понятий. Например, «Пан Круассан», «Burger King», «Mr. Coffein».

5. Сокращение онима. Например, «Alex coffee», «Ali Krona».

6. Рифма с участием имен собственных, что обусловлено как лингвистическими, так и экстралингвистическими факторами. Подобный стилистический прием добавляет некоторую мелодичность названию заведения, а также содержит дополнительные коннотации. Например, «Gusto место», «Pretty Betty», «Super Burger», «Селисьели».

7. Игра слов. Использование игры слов в номинации заведений общественного питания обусловлено креативным подходом и социокультурной спецификой города. Языковая игра — составляющая языковой системы, которая относится к ассоциативному аспекту лексических единиц [3, с. 234]. Например, «Hoppy Mondays». Лексема

на английском языке имеет значение «хмельной, хмелевой». Название кафе апеллирует к фразе «Happy Mondays», вызывая ассоциативный ряд «hoppy-happy».

Номинация некоторых заведений общественного питания имеет графическое оформление. Основная цель — сделать название более ярким, броским и наиболее привлекательным для широкой аудитории.

Согласно результатам нашего исследования, были выявлены следующие графические способы:

Капитализация — это один из наиболее распространенных графических средств, который нацелен на возникновение неожиданных ассоциаций [1, с. 65]. Почти 90 % из общего числа номинаций образованы путем капитализации. Также бывают случаи капитализации, которые включают многократное повторение одной и той же буквы. Например, «СОЛЯНКА», «STEAKMAN», «СТАРЫЙ ЕРЕВАН», «CRISS» и т. д.

Следует также подчеркнуть употребление знаков препинания в номинации эргонимов. Например, сеть танцевальных баров в Челябинске «meet.point».

Владельцы заведений и дизайнеры часто используют разные цвета и шрифты, оформляя вывески названий на здании заведения питания. В русском языке широко представлены русские названия, написанные латиницей: «Na usadbe», «Bazar», «Bulochka», «Babushka». Несмотря на то, что название образовано латинскими буквами, оно указывает на русский апеллатив.

Эргонимы оказывают прагматическое воздействие на аудиторию с целью побуждения клиента к выполнению определенных действий. В некоторой степени эргоним может рассматриваться как медийная единица, включающая признаки рекламы [7, с. 73].

Сегодня многие лингвисты рассматривают эргоним как разновидность полисемиотичного текста в коммуникации [10, с. 121]. Подчеркивая полифункциональность языка, они выделяют номинативно-идентифицирующую функцию эргонимов как доминантную в номинации заведений питания.

Остановимся более подробно на особенностях функционирования эргонимов в гастрономическом дискурсе. Выделяются следующие функции эргонимов:

1. Экспрессивная. Использование широко известных эргонимов в роли нарицательных, а также антропонимов с суффиксами субъективной оцен-

ки. Экспрессивная функция эргонимов реализуется благодаря выстраиванию ассоциативной связи с фоновыми знаниями. Как правило, использование аллюзивных имен при номинации заведений питания способствует широкому спросу среди клиентов.

- Вивальди

- Афина

2. Апеллятивная. Призыв или обращение к человеку/объекту через имя собственное.

- Привет, Челябинск!

- Coffee to go fiesta

3. Дейкитическая. Указание на определенного человека или объект.

- I'm a bar

- Pretty Betty

4. Идентифицирующая:

а) указание на социальное положение человека, свидетельствующее о его принадлежности к определенному классу, определенной социальной группе и так далее.

- Принцесса Востока

- Король Густав

б) эргонимы, характеризующие национальную принадлежность.

- Узбечка

- Славяночка.

В ходе исследования нами были проанализированы названия заведений общественного питания Челябинска и Челябинской области и изучено языковое многообразие этих названий на русском языке. По нашему мнению, номинация заведений питания — результат взаимодействия культуры и языка. Мы провели количественный подсчет употребления лексических единиц на разных языках при номинации заведений общественного питания. Результаты исследования представлены в табл. 2.

Таблица 2

Table 2

**Частотность употребления лексических единиц на разных языках**  
**Frequency of the use of lexical units in different languages**

| Язык        | Частотность, % | Язык       | Частотность, % |
|-------------|----------------|------------|----------------|
| Русский     | 54             | Узбекский  | 0,5            |
| Английский  | 30             | Иврит      | 0,1            |
| Немецкий    | 6              | Турецкий   | 0,3            |
| Французский | 4              | Грузинский | 0,1            |
| Итальянский | 3              | Чешский    | 0,1            |
| Китайский   | 2              |            |                |

Наиболее частотными лексическими единицами, встречающимися в многокомпонентных названиях заведений, являются «Уральский», «Coffee», «Fresh», «Food».

Клиент при выборе заведения питания, как правило, ориентируется на отзывы посетителей, качество еды и обслуживания, не придавая большого значения самому названию общественно-го заведения. Безусловно неблагозвучные эргонимы не привлекают внимание потенциальных клиентов.

### Заключение

Эргонимы представляют большой интерес для лингвистов. Они отражают современные тенденции и новые веяния в моде и обществе. Основная цель эргонимов заключается в воздействии на выбор клиентов. Изучение эргонимов является ак-

туальным, поскольку способы их взаимодействия постоянно изменяются и совершенствуются. Эффективность эргонимов обусловлена ценностными установками потребителей. Коннотативный компонент в семантической структуре эргонимов играет ключевую роль. Эргонимы оказывают прагматическое воздействие на аудиторию, выполняя экспрессивную, дейктическую, апеллятивную функции и функцию идентификации, что достигается в процессе номинации заведений общественного питания.

Согласно результатам нашего исследования, специфика семантики и номинации заведений общественного питания в Челябинске и Челябинской области во многом зависит от культурного разнообразия и изменений в обществе, которые влияют на спрос потенциальных клиентов в гастрономической индустрии.

### Список источников

1. Беданоква З. К. Графическая игра в современной российской рекламе с позиций прагматики // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2009. № 3. С. 64–69.
2. Бондалетов В. Д. Русская ономастика : учеб. пособие. М. : Просвещение, 1983. 224 с.
3. Витгенштейн Л. Философские работы : в 2 ч. Ч. 1. М., 1994. 612 с.
4. Власян Г. Р., Кожухова И. В. Глобализация, коммуникативное поведение и вежливость // Политическая лингвистика. 2018. Вып. 5 (71). С. 111–115.
5. Гальперин И. Р. Очерки по стилистике английского языка. М. : Изд-во литературы на иностранных языках, 1958. 460 с.
6. Книжников О. С. О семантике имени собственного. М. : МПГУ, 2009.
7. Крыжановская В. А. Эргонимы с элементами графической трансформации: структурно-семантический и прагматический аспекты : автореф. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2017. 23 с.
8. Крюкова И. Ф. Функциональная нагрузка периферийных онимов в современном художественном тексте // Материалы юбилейной конференции, посвященной 60-летию О. Ермакова. филол. ф-та ВГУ. Выпуск 1. Языкознание. Воронеж : Изд-во Воронежского ун-та, 2002. С. 96–102.
9. Курбанова М. Г. Эргонимы современного русского языка: семантика и прагматика : автореф. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2015. 23 с.
10. Курбанова М. Г. Скрытое и явное в эргонимах русского города // Филологические науки. Вопросы теории и практики: научно-теоретический и прикладной журнал. 2013. № 12-1 (30). С. 121–124.
11. Нефедова Л. А. Иноязычная лексика современного немецкого языка (аспекты культурной интеграции). М. : МГПУ, 2018. 184 с.
12. Соколова, Е. Ю. Функционально-стилистическая нагрузка имени собственного в художественном тексте // Вестник ЧелГУ. 2011. № 33. С. 182–184.
13. Суперанская А. В. Что такое топонимика? М. : Наука, 1984. 182 с.
14. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного. М. : Наука, 1973. 367 с.
15. Суперанская А. В. Апеллятив — Онома. Имя нарицательное и собственное. М. : Наука, 1978. 206 с.

### References

1. Bedanokova ZK. Graphic game in modern Russian advertising from the standpoint of pragmatics. *Bulletin of the Pyatigorsk State Linguistic University*. 2009;(3):64-69. (In Russ.).
2. Bondaletov VD. Russkaya onomastika = Russian onomastics. Moscow; 1983. 224 p. (In Russ.).
3. Vitgenshtejn L. Filosofskie raboty = Philosophical Works. Part 1. Moscow; 1994. 612 p. (In Russ.).

4. Vlasyan GR, Kozhuhova IV. Globalization, communicative behavior and politeness. *Politicheskaya lingvistika = Political Linguistics*. 2018;(5(71)):111-115. (In Russ.).
5. Galperin IR. Ocherki po stilistike anglijskogo yazyka = Essays on the stylistics of the English language. Moscow; 1958. 460 p. (In Russ.).
6. Knizhnikova OS. O semantike imeni sobstvennogo = On the semantics of a proper name. Moscow; 2009. (In Russ.).
7. Kryzhanovskaya VA. Ergonimy s elementami graficheskoy transformacii: strukturno-semanticheskij i pragmaticheskij aspekty = Ergonyms with elements of graphic transformation: structural-semantic and pragmatic aspects. Thesis Abstract. Krasnodar; 2017. 23 p. (In Russ.).
8. Kryukova IF. Functional load of peripheral onyms in modern literary text. In: Materials of the onference dedicated to the 60th anniversary of O. Ermakov. Voronezh; 2002. Pp. 96–102. (In Russ.).
9. Kurbanova MG. Ergonimy sovremennogo russkogo yazyka: semantika i pragmatika = Ergonyms of the modern Russian language: semantics and pragmatics. Thesis Abstract. Volgograd; 2015. 23 p. (In Russ.).
10. Kurbanova MG. Hidden and explicit in the ergonyms of the Russian city. *Scientific periodical: Philology. Theory & Practice*. 2013;30(12-1):121-124. (In Russ.).
11. Nefedova LA. Inoyazychnaya leksika sovremennogo nemeckogo yazyka (aspekty kul'turnoj integracii) = Foreign language vocabulary of the modern German language (aspects of cultural integration). Moscow; 2018. 184 p. (In Russ.).
12. Sokolova EYu. Functional and stylistic load of a proper name in a literary text. *Bulletin of ChelSU*. 2011;(33):182-184. (In Russ.).
13. Superanskaya AV. Chto takoe toponimika? = What is toponymics? Moscow; 1984. 182 p. (In Russ.).
14. Superanskaya AV. Obshchaya teoriya imeni sobstvennogo = General theory of proper names. Moscow; 1973. 367 p. (In Russ.).
15. Superanskaya AB. Apellyativ — Onoma. Imya naricatel'noe i sobstvennoe = Appellative — Onoma. Common and proper noun. Moscow; 1978. 206 p. (In Russ.).

### Информация об авторе

**М. Ф. Масгутова** — кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики английского языка.

### Information about the author

**M. F. Masgutova** — Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of the Theory and Practice of the English Language.

---

Статья поступила в редакцию 05.02.2024; одобрена после рецензирования 25.02.2024; принята к публикации 21.04.2024.

---

The article was submitted 05.02.2024; approved after reviewing 25.02.2024; accepted for publication 21.04.2024.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

Научная статья

УДК 811.161.1'373.2

doi: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-52-59

## **НЕОФИЦИАЛЬНЫЕ ТОПОНИМЫ И МИКРОТОПОНИМЫ КАК МАРКЕРЫ ГОРОДСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ**

**Анна Вячеславовна Таскаева<sup>1</sup>, Светлана Анатольевна Питина<sup>2</sup>,  
Светлана Андреевна Песина<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Челябинский государственный университет, Южно-Уральский государственный институт искусств имени П. И. Чайковского, Челябинск, Россия, taskaeva\_anna@bk.ru, 0000-0002-4398-2644

<sup>2</sup>Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, sap.pitina@rambler.ru, 0000-0003-4983-6872

<sup>3</sup>Магнитогорский государственный технический университет имени Г. И. Носова, Магнитогорск, Россия, spesina@bk.ru, 0000-0002-1109-1978

**Аннотация.** Рассмотрены неофициальные, или народные топонимы и микротопонимы в речи жителей города Челябинска как средство репрезентации их идентичности. На материале комментариев читателей интернет-портала 74.ru выявлены неофициальные названия топонимических объектов Челябинска и сделаны выводы об их основных функциях, а также словообразовательных способах, используемых при образовании народных топонимов и микротопонимов, среди которых суффиксация, сокращение и аббревиация. Анализ эмпирического материала показал, что суффиксация употребляется в основном для образования локальных топонимов, сокращения частотны для неофициальных названий городов, районов и производных обобщающих народных названий жителей. Аббревиация в народных топонимах и микротопонимах реализуется без трансформации их значений, в то время как суффиксация и сокращение используются при образовании эмотивных неофициальных топонимов и микротопонимов с отрицательными коннотациями. Для неофициальных микротопонимов Челябинска характерна трансонимизация и частичная или полная дегероизация официальных коммеморативных названий. Народные топонимы и микротопонимы отражают креативность, стремление к экспрессивности пользователей портала, актуализируют оппозицию «свой» — «чужой», свидетельствуют об узнаваемости и достаточной закреплённости неофициальных названий в языковом сознании жителей и о преобладании негативного отношения к городскому ландшафту в целом.

**Ключевые слова:** неофициальные, народные микротопонимы, урболект, городская идентичность, трансонимизация

**Финансирование.** Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда и Челябинской области № 22-18-20022, <https://rscf.ru/project/22-18-20022/>.

**Для цитирования:** Таскаева А. В., Питина С. А., Песина С. А. Неофициальные топонимы и микротопонимы как маркеры городской идентичности // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 5 (487). С. 52–59. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-52-59.

Original article

## **UNOFFICIAL PLACE NAMES AND MINOR PLACE NAMES AS MARKERS OF URBAN IDENTITY**

**Anna V. Taskaeva<sup>1</sup>, Svetlana A. Pitina<sup>2</sup>, Svetlana A. Pesina<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Chelyabinsk State University, South Ural State Institute of Arts named after P. I. Tchaikovsky, Chelyabinsk, Russia, taskaeva\_anna@bk.ru, 0000-0002-4398-2644

<sup>2</sup>Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, sap.pitina@rambler.ru, 0000-0003-4983-6872

<sup>3</sup>Magnitogorsk State Technical University named after G. I. Nosov, Magnitogorsk, Russia, spesina@bk.ru, 0000-0002-1109-1978

**Abstract.** The article examines unofficial or folk place names and minor place names in Chelyabinsk residents' speech as a means of representing their identity. Based on the comments of the Internet portal 74.ru users, unofficial

names of Chelyabinsk toponymic objects were revealed, their main functions were defined, word-building means used in the formation of folk place names and minor place names including suffixation, abbreviation and acronymy were analyzed. The analysis of the empirical material showed that suffixation is characteristic mainly of unofficial toponyms, abbreviations are frequently found in unofficial names of cities, districts and derivatives of generalized folk names of the residents. Abbreviation in folk place names and minor place names is used without their meaning transformation, while suffixation and reduction are often applied to form emotive unofficial place names and minor place names with negative connotations. Chelyabinsk unofficial minor place names are characterized by transonymization and partial or complete deheroization of official commemorative names. Folk place names reflect creativity of the portal users, actualize the opposition “our own” — “foreign”, the recognition and sufficient fixation of unofficial place names and minor place names in the linguistic consciousness of Chelyabinsk residents and mainly the negative attitude to the urban landscape in general.

**Keywords:** unofficial place name, unofficial minor place name, urban lexicon, urban identity, transonymization

**Funding.** To the financial support of the grant of the Russian Scientific Fund and Chelyabinsk Region, project № 22-18-20022, <https://rscf.ru/project/22-18-20022/>.

**For citation:** Taskaeva AV, Pitina SA, Pesina SA. Unofficial Place Names and Minor Place Names as Markers of Urban Identity. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2024;(5(487):52-59. (In Russ.). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-52-59.

## Введение

В настоящей работе продолжено изучение урболекта в рамках гранта РФ «Когнитивно-прагматический и инвариантный подходы к исследованию современных культурно и территориально маркированных слов, используемых жителями Челябинского региона, с созданием русско-английского словаря Южно-Уральских реалий». Цель исследования — рассмотреть неофициальные, или народные топонимы и микротопонимы в речи жителей города Челябинска как средство репрезентации их идентичности, что позволит, на наш взгляд, систематизировать особенности наименования городских объектов на основе трансонимизации микротопонимов. Термин трансонимизация как «переход онима одного разряда в другой» [12, с. 139] мы используем для обозначения процесса перехода официальных наименований в неофициальные. По мнению Т. А. Голиковой, «причинами этого процесса может быть стремление дать более краткую номинацию, желание актуализировать в коммуникации оппозицию «свой — чужие», а также стремление к экспрессивности, языковой игре, основанной на противопоставлении официальной и неофициальной языковой культуры» [3, с. 24].

Урболект как комплексная система номинации городских объектов представлена официальными и неофициальными трансонимизированными номинациями — регионализмами, под которыми мы понимаем характерные для конкретного региона слова и словосочетания. Регионализмы рассматриваются нами как средства репрезентации городской идентичности, «своеобразные со-

циокультурные маркеры» [Ганжина, 2016, с. 303]. Городской ономастикон является частью регионального ономастикона, репертуаром собственных имен данного региона, поэтому ряд неофициальных топонимов и микротопонимов жителей Челябинска употребляются жителями области.

## Материалы и методы исследования

Материал исследования — комментарии читателей интернет-портала 74.ru на публикации, тематика которых связана с вопросами общегородского характера. Всего было проанализировано более 3 500 комментариев к 40 публикациям за период с марта 2023 по февраль 2024 г. и выявлено 120 примеров использования региональной лексики.

Для достижения поставленной цели в работе используется комплексный подход к изучению неофициальных топонимов и микротопонимов, сочетающий применение когнитивного, лингвокультурологического и социолингвистического методов анализа иллюстративного материала, прием сплошной выборки для подтверждения полученных наблюдений.

Регионализмы, на наш взгляд, включают в себя как нарицательные, так и собственные имена, что обусловлено «общностью их функционирования, проявляющегося в локальности употребления и разговорно-просторечном характере» [7, с. 61]. Согласимся с Ю. А. Резвухиной, которая понимает под регионализмами «лексемы локально ограниченного распространения, независимо от источника их происхождения и отнесенности к литературному языку» [15, с. 88].

Разговорно-просторечный характер региональной лексики вообще и городской лексики в частности является важнейшей ее характеристикой, однако сниженность, грубоватость лексики не являются основным ее показателем, региональные лексемы могут быть как нейтрально окрашенными, так и стилистически маркированными. Важно, что такая лексика функционирует в процессе повседневного живого общения, легко узнаваема жителями города, зачастую не распознаваема или с трудом распознаваема другими.

Вслед за И. В. Матвеевой мы предлагаем различать «регионализмы — апеллятивы, представляющие собой нарицательные наименования предметов и явлений окружающей действительности, бытующие в определенном регионе, и неофициальные региональные топонимы, т. е. собственные неофициальные наименования городов, районов и городских объектов, бытующие в регионе» [7, с. 61]. В настоящем исследовании мы рассмотрим регионализмы, относящиеся к неофициальным наименованиям топонимических объектов, то есть неофициальным названиям районов, улиц, зданий, которые распространены в том или ином регионе в неформальном общении и зачастую неизвестны за его пределами. Такие неофициальные, народные наименования составляют «особый именной пласт разговорной субстандартной лексики, создаваемой горожанами вне официальной городской ономастики» [6, с. 58], который формирует «неповторимое городское пространство, выделяющее данный населенный пункт в ряду других, обуславливает специфику его восприятия как местными жителями, так и приезжими» [1, с. 46]. Как отмечает И. В. Матвеева, «официальные и неофициальные топонимы принадлежат к различным сферам употребления и отличаются друг от друга эмоциональной окрашенностью. Неофициальные топонимы непостоянны и не закреплены в официальных документах. Функционирование этих языковых единиц в живой речи способствует появлению различных вариантов их употребления. Тем не менее, в отличие от официальных, они в большей степени характеризуют некоторые черты и условия бытовой жизни городского населения, и даже — в определенной степени — раскрывают колорит эпохи» [7, с. 54–55]. Неофициальный городской ономастикон рассматривается на материале Владивостока [8], Москвы [3], Перми [3], Северодвинска [13], Челябинска [11; 19], Ярославля [14] и других городов. Локально-неймингу посвящены работы О. С. Иссерс [5],

М. Azaryahu [17], Ja. David [18] и других исследователей.

### Результаты и обсуждение

В ходе исследования были обнаружены разнообразные неофициальные, или народные названия топонимических объектов. Среди таких названий уральских городов встречаются как номинации крупных центров, так и небольших населенных пунктов. Нами выявлены неофициальные названия Екатеринбурга и Челябинска, употребляющиеся в основном для сравнения жизни в этих городах.

Неофициальное название *Екат*, *Ёбург* и *ЕКБ* используются челябинцами для обозначения соседнего Екатеринбурга, столицы Свердловской области («Остался в Ёбурге на пару деньков»; «А почему он в Свердл. обл. обсуждает Магистраль Москва—СПБ??? а не ЕКБ—Чел, которую он 15 лет обещает?») (здесь и далее орфография и пунктуация сохранены), и номинации *Челик*, *Чел*, *Челяба*, *Члб* для обозначения города Челябинска, столицы Челябинской области («В Челике по сравнению с Екатом группировок было больше»; «Администрация Чел езжайте в Тюмень там подобных развязок с десятков все реализовано посредством разметок и знаков приоритета...»; «Во всем мире, в современных городах уже стоят или строят такие многоэтажки комфорт-класса возле мостов и развязок норма, но в Челябине люди своеобразные и думают немного иначе...»; «В члб только один урбанист. Владов. Остальные подделки»). Отметим, что нами проанализированы народные названия Челябинска, употребляющиеся пользователями сайта 74.ru, а все неофициальные названия города были подробно рассмотрены в работе С. А. Питуной и А. В. Таскаевой, в которой выявлены номинации Челябинска с положительными и отрицательными коннотациями и сделан вывод о том, что «разнообразная репрезентация региональной топонимической доминанты Челябинск в лингвистическом ландшафте Челябинской области свидетельствует как о креативности жителей, так и о неоднозначном восприятии образа города» [10]. В комментариях пользователи сайта 74.ru преобладают народные топонимы с отрицательной коннотацией.

Среди неофициальных названий районов выделим Ленинский район города Челябинска, который называют *Ленарь* («...чуть ли не через центр города прямоком в ленарь запускают, вот это будет что-то...»); северо-западную часть Челябин-

ска, которая административно отнесена к Калининскому району, называют **северок**, **северо-запад** или **С-3 / сз** («*Стройте деловые центры, производства и т. п. на северке и за городом*», «*О каких проблемах с транспортом жители С-3 пишут?*», «*Кто на что учился. Это ваши проблемы. И на сз полно работы!*»); Металлургический район принято именовать нейтральной инициальной аббревиатурой **ЧМЗ** или в саркастическом варианте из-за неблагоприятной экологической обстановки вследствие деятельности многочисленных промышленных предприятий **чумазе** («*На чумазе нет никакого дымно-пылевого облака*»); удаленная от центра города окраина Тракторозаводского района Чурилово также получила сниженное неблагозвучное название **Чувирлово** с метатезой и вставкой согласного. Народное название Центрального района **Центр** является сокращением; аббревиатура **АМЗ** — от Автомеханический завод — заменяет официальное название Советского района, **ЧТЗ** — Тракторозаводского, а сокращение **Курча** — трансонимизированная народная номинация Курчатовского района города. В последнем примере реализуется процесс дегероизации, искажения коммеморатива — фамилии выдающегося ученого [9].

Зачастую микрорайоны города называются по словам-ориентирам: **на Роднике** («*Он ходит раз в пятилетку, а ехать на нём с ЧМЗ до Родника полтора часа!*»), **на Теореме** («*...с асфальта на Теореме роцу из 5 удочек когда уберут?*»). Автодорогу и улицу Меридиан в южной и центральной частях города принято обозначать одним словом **Меридиан** («*Всё бы ничего, но пылица с меридиана и Ленина будет до двадцатого этажа*»). Микротопоним **Уфимка** используется для обозначения Уфимского тракта («*Помню, как в 70-е годы вдоль уфимки стояли щиты синие с надписями белой краской: Дорога контролируется радаром и вертолётами*»). Мост через реку Миасс, который является дублером плотины Шершнёвского водохранилища, имеет народное название **Кривой мост** из-за извилистой конфигурации («*Этот мост в народе прозвали “кривым”, он попал в топ-5 аварийных мест Челябинска*», «*Это не мост кривой, я вам по секрету скажу. Это ездуны теперь, кривые*»). Плотины Шершнёвского водохранилища, перегородившую реку Миасс и с севера очертившую границу «питьевого источника» города, называют **Плотина** («*До плотины на 56 маршрутке, а потом на 136 или 158 маршрутке*»), а само Шершнёвское водохранилище принято сокращать до краткого

**Шершн** («*До Шершней добавился новый потребитель в виде ГОК*»), а озеро Смолино зачастую пренебрежительно называют **Смоляга** («*Каждый день на смолягу бегали, купались*»). Жилой комплекс в Челябинске «Академ Риверсайд» сокращают до **Академ** («*Так как делать её не собираются, значит дело времени, когда весь академ и благодатово смоеет!!!*»). Городской сад имени А. С. Пушкина в городе Челябинск иногда именуется как **Огород** («*Каждые выходные в огород на танцплощадку ходили*»). Данное наименование является ироническим и отсылает к трем вариантам обозначения частного земельного участка (сад, огород и дача), употребление которых также локально обусловлено. Отметим, что главная пешеходная улица города в центре Челябинска **Кировка** является как официальным, так и народным наименованием. Деминутивная форма **Кировка** повсеместно используется в разговорной речи, так как микротопоним появился после проведения конкурса на лучшее название.

Челябинский хладокомбинат № 1 жители города сокращают до **холодильник** («*...и с другой стороны у холодильника все гаражи снести и тоже сделать зеленую полосу перед домами вплоть до вокзала по Российской*»), а известный ресторан в Челябинске «Уральские пельмени» жители города именуют **Пельмени** («*Предлагаешь доехать до Пельменей, а оттуда пешочком до памятника Курчатову?*»). Многие местоположения города также обозначаются по ассоциации со знакомым для данной локации торговым комплексом: **Юрюзань** — по названию магазина хозяйственных, строительных и бытовых товаров «Юрюзань» («*Так, От Юрюзани до Патриота автобус № 9, а по Ленинскому троллейбус № 25*»), **Виктория** — по названию гостиницы «Виктория» («*Вчера была пробка от 40 Летия Победы до Виктории из-за светофоров*») и многие другие. Интересны случаи употребления жителями названий-историзмов: многие неофициальные микротопонимы до сих пор используются горожанами, хотя называющие их объекты больше не существуют на карте города. Так, по названию давно закрытых магазинов «Грезы», «Диета», «Ритм», «Школьник» до сих пор обозначаются некоторые геолокации.

Интерес вызывает выражение **на Цвиллинга**, означающее Правительство Челябинской области (соответственно выражение **те, кто на Цвиллинга** подразумевает членов областного Правительства) по названию улицы, на которой расположено здание Правительства («*Самая плохая*

зима, в плане уборки дорог и тротуар: всем, кто на Цвиллинга «работает» за 700 тыс в формате 24/7, спасибо!). Таким же способом образовался и регионализм *на Кузнецова*, означающий Областную клиническую специализированную психоневрологическую больницу («*Это вам на Кузнецова прямая дорога с такими суждениями*»). Челябинцы употребляют в речи выражение *на Кузнецова* в качестве эфемизма при желании указать собеседнику на проблемы с его психическим здоровьем. Такие регионализмы возникли в результате метонимического переноса наименования на основе смежности именуемого предмета с другим предметом.

Крупный тепличный комбинат «Агрокомплекс Чурилово» имеет неофициальное наименование — *чуриловские теплицы* («*Сейчас видно, что Чуриловские теплицы своих разводят на пазухах и газелях*») из-за устойчивой ассоциации с залитыми светом теплицами, где выращиваются томаты и огурцы.

Примерами дегероизации коммеморативных годонимов являются неофициальные наименования *Кузня* вместо улицы Кузнецова («*Их всех уже давно пора на кузню отправить*»), *Молодых* или *молодцев* — для улицы Молодогвардейцев («*На молодых вечно не пройти, не проехать*»), а улицу Братьев Кашириных горожане сокращают до *Кашира* или *Братьев* («*Это разгрузит на процентов 20 плотину, плюс дороги на братьев выведут еще 20 уйдут*»). Неофициальным наименованием годонима Комсомольский проспект является краткое *Комса* («*Комса, где по выделенке для безмоторных хрустиков никто не ездит, соответственно зря делали, лучше бы ещё одну полосу для авто замутили*»; «*Гляньте на эти зоны у кольца на Ворошилова, Комсе, 40 лет Победы, «Я давно мечтал, что нужно было 24 маршрутку запустить по Краснознаменной улице с Победы до Комсы и в ЧМК и людям так было удобно*»).

Грубое и самокритичное производное от **ЧЛБ** *ЧЛБшники* встречается в комментариях для обозначения жителей Челябинска («*А Влад Львов где? ЧЛБшники доверяют только ему! А этот самозванец, а не урбанист!*», «*ЧЛБшники не умеют скверы*»), а прилагательное «челябинский» зачастую заменяется на пренебрежительно звучащее *Члбшный* («*Картинка красивая, но мы же знаем, что ни один члбшный застройщик такого не сделает*»). Интерес представляют неблагоприятные обращения, употребляемые жителями Челябинского металлургического района, такие как *чмзяне, пчмзянки, пчмзуны, пчмзяне* («*При-*

*вет чмзянам с Крыма!*», «*Доброе утро любимые пчмзянки и пчмзуны*», «*Обнимаю всех ПЧМЗяне*»). Употребление таких обращений «призвано выполнить интегрирующую функцию, а также функцию индикатора и обособления “своих” от “чужих”» [16]. Особо отметим как проявление частной лингвокреативности наименование *замкадыши*, основанное на метафорическом переносе и обозначающее жителей новых отдаленных от центра районов города Челябинска («*Кому вы интересны замкадыши??? Почему не в Чебаркуле халупу купили?? Там же реально дешевле и уехать на электричке можно!!!*»), в котором Челябинск, в последнее время значительным образом расширивший границы города, сравнивается с Москвой, где жизнь проживающих в пределах Московской кольцевой автомобильной дороги и за ее пределами значительно разнится (расхожее выражение «за МКАДом»).

Наряду со сниженными неофициальными номинациями жителей города обнаружены и нейтральные по значению сокращения. Жителей нового жилого комплекса на северо-западе Челябинска «Краснопольский» челябинцы называют *краснопольцы* («*Прочитала новость, обрадовалась за Краснопольцев*»), жителей микрорайона «Парковый» — *парковчанами* («*А нам парковчанам и пересечь не на что и в 10 маршрутку не влезть*»). Народным положительно коннотированным названием считаем *Тополинку* — часть зданий на бывшей Тополиной аллее города («*Купила на Тополинке квартиру и ни разу не пожалела*»).

Самым ярким проявлением лингвокреативности челябинцев, по нашему мнению, является микротопоним — метафорическое обозначение недостроенного конгресс-холла «Крылья», расположенного на берегу реки Миасс, который жители города прозвали «*ребра Дубровского*». Строительство было инициировано бывшим губернатором Б. Дубровским в 2018 г. и должно было завершиться к саммитам ШОС и БРИКС-2020. Однако стройка так и не была завершена, и своим внешним видом эта огромная недостроенная конструкция (дуги с желтыми опорами) напоминает ребра. Метафорическое название стало устойчивым, а ироническая отсылка к Дубровскому служит средством снижения социальной напряженности по поводу невнятной конструкции в центре города, которая на данный момент препятствует продолжению благоустройства примыкающей территории, на которой, к слову, уже функционируют благоустроенные набережные и Арт-

сквер. Интересно, что народное название «ребра Дубровского» используется повсеместно, в том числе и на страницах официальных челябинских новостных изданий. Приведем несколько заголовков: «*“Рёбра” в центре Челябинска вновь решили достроить*» (Комсомольская правда. Челябинск), «*Строителю “ребер Дубровского” в Челябинске на полгода уменьшили срок заключения*» (Царьград. Урал), «*“Рёбра” Дубровского будут достраивать. Власти Челябинска ищут инвесторов для завершения строительства конгресс-холла*» (31 канал) и др.

### Заключение

Исследование неофициальной топонимической городской лексики позволяет реконструировать некоторые составляющие языковой картины мира жителей Челябинска. Рассмотренные неофициальные топонимы и микротопонимы служат маркерами городской идентичности. Основная функция таких наименований — эмоционально-экспрессивная, что соответствует сфере их употребления.

Частотные словообразовательные способы, используемые при образовании народных топонимов и микротопонимов, включают суффиксацию как со значением уменьшительности (уменьшительно-ласкательный суффикс -ка) (*Кировка, Тополинка*), так и со значением пренебрежитель-

ности (суффикс -шн-), реализующуюся в обобщающих существительных и прилагательных, которые характеризуют негативное отношение к называемому объекту (*ЧЛБшники, Члбшный*), а также сокращение и аббревиацию для упрощения длинных официальных названий (*С/З, ЧМЗ, АМЗ* и др.). Неофициальная номинация топонимических объектов, как правило, основывается на метонимическом переносе лексического значения (*Пельмени, на Кузнецова*). Кроме того, в процесс неофициальной номинации городского пространства включена творческая деятельность горожан, что подтверждается таким ярким примером лингвокреативности, как *ребра Дубровского*.

Для неофициальных микротопонимов, употребляющихся на сайте 74.ru, характерна трансонимизация и частичная или полная дегероизация официальных коммеморативных названий (*Кашира, Комса, Молодцев*). В целом народные топонимы и микротопонимы Челябинска свидетельствуют о преобладании негативного отношения к городскому ландшафту.

Уникальные локальные топонимы и микротопонимы создают особую языковую среду, хорошо известны жителям города (при этом многие реалии имеют несколько народных названий), однако не распространены за его пределами и служат для различения «своих» от «чужих».

### Список источников

1. Богданчикова Т. Ю., Хохлова Н. В. Неофициальные микротопонимы как маркеры профессионально-корпоративной культуры рабочих // Глобус. 2022. № 1 (66). С. 46–49.
2. Ганжина И. М. Неофициальные урбанонимы г. Твери как культурно-языковой феномен: перспективы изучения // Региональная ономастика: проблемы и перспективы исследования : сборник научных статей международной научной конференции. Витебск, 2016. С. 300–303.
3. Голикова Т. А. Официальные vs. неофициальные топонимы Москвы: модели трансонимизации // Научный диалог. 2014. № 9 (33): Филология. Педагогика. С. 24–36.
4. Ерофеева Т. И., Шустова С. В. Лексическое просторечие в речи носителей литературного языка Пермского региона // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. 2020. Т. 19, № 4. С. 42–51. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2020.4.4>.
5. Иссерс О. С. Лингвокогнитивные основания креативных решений в нейминге // Когнитивные исследования языка. 2017. Вып. XXX. С. 821–824.
6. Клименко Е. Н., Попова Т. В. Неофициальная ономастика Екатеринбурга и причины её появления в речи горожан // Вестник ЧелГУ. 2013. № 1 (292). С. 58–63.
7. Матвеева И. В. Типология регионализмов и их лексикографическая интерпретация (на материале лексики г. Новосибирска) : дис. ... канд. филол. наук. Новосибирск, 2021. 243 с.
8. Михайлюкова Н. В. Лингвоаксиологический аспект описания текстов вывесок (на материале языка города Владивостока) // Социо- и психолингвистические исследования. 2017. № 5. С. 102–107.
9. Питина С. А., Таскаева А. В. Региональные особенности героизации и дегероизации южноуральских коммеморативов // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. 2023. Т. 22, № 5. С. 125–134. (На англ. яз.). DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2023.5.9>.

10. Питуна С. А. Топонимы и народные топонимы Челябинской области // Вестник ЧелГУ. 2014. № 26 (355). С. 92–95.
11. Питуна С. А., Таскаева А. В. Челябинск и народные названия города // Актуальные вопросы лингвистики, межкультурной коммуникации и методики преподавания иностранных языков в вузе : материалы V Международной научно-практической конференции. Екатеринбург, 2022. С. 315–321.
12. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. М. : Наука, 1988. 194 с.
13. Попов Р. В. Городские диалектизмы Северодвинска // Проблемы концептуализации действительности и моделирования языковой картина мира. 2015. № 7. С. 79–85.
14. Разумов Р. В. Прецедентные онимы в неофициальном городском ономастиконе // Ярославский педагогический вестник. 2011. Т. 1, № 4. С. 169–172.
15. Резвухина Ю. А. Регионализм: к определению понятия // Интерэкспо Гео-Сибирь. 2015. № 2. С. 84–90.
16. Таскаева А. В., Селютин А. А. Регионализмы в культурно-языковом пространстве Челябинска // Когнитивные исследования языка. 2023. № 1 (52). С. 307–313.
17. Azaryahu M. The Power of Commemorative Street Names // Environment and Planning D-society & Space. 1996. Vol. 14. Pp. 311–330. DOI:10.1068/d140311.
18. David Ja. Commemorative Place Names — Their Specificity and Problems // Names. A Journal of Onomastics. 2011. Vol. 59. Pp. 214–228.
19. Pitina S. A., Kharchenko E. V. Creativity of Regionalisms on the Level of Word Building // Philological Class. 2022. Vol. 27, № 4. Pp. 67–75. DOI: 10.51762/1FK-2022-27-04-06.

## References

1. Bogdanchikova TJu, Hohlova NV. Neoficial'nye mikrotoponimy kak markery professional'no-korporativnoj kul'tury rabochih = Informal microtoponyms as markers of professional and corporate culture of workers. *Globus = Globe*. 2022;(1(66):46-49. (In Russ.).
2. Ganzhina IM. Neoficial'nye urbanonimy g. Tveri kak kul'turno-jazykovej fenomen: perspektivy izucheni-ja = Unofficial urbanonyms of Tver as a cultural and linguistic phenomenon: study prospects. *Regional'naja onomastika: problemy i perspektivy issledovanija = Regional onomastics: problems and research prospects*. Vitebsk; 2016. Pp. 300–303. (In Russ.).
3. Golikova TA. Oficial'nye vs. neoficial'nye godonimy Moskvy: modeli transonimizacii = Official vs. unofficial godonyms of Moscow: models of transonymization. *Nauchnyj dialog = Scientific Dialogue*. 2014;(9(33):24-36. (In Russ.).
4. Erofeeva TI, Shustova SV. Leksicheskoe prostorechie v rechi nositelej literaturnogo jazyka Permskogo regiona = Lexical colloquialism in the speech of native speakers of the literary language of the Perm region. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija 2, Jazykoznanie = Bulletin of the Volgograd State University. Series 2, Linguistics*. 2020;19(4):42-51. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2020.4.4>. (In Russ.).
5. Issers OS. Lingvokognitivnye osnovanija kreativnyh reshenij v nejminge = Lingvocognitive bases of creative decisions in naming. *Kognitivnye issledovanija jazyka = Cognitive studies of language*. 2017;(30):821-824. (In Russ.).
6. Klimenko EN, Popova TV. Neoficial'naja onomastika Ekaterinburga i prichiny ejo pojavlenija v rechi gorozhan = Unofficial onomastics of Yekaterinburg and the reasons for its appearance in the speech of city residents. *Vestnik ChelGU = Bulletin of CSU*. 2013;(1(292):58-63. (In Russ.).
7. Matveeva IV. Tipologija regionalizmov i ih leksikograficheskaja interpretacija (na materiale leksiki g. Novosibirskaja) = Typology of regionalisms and their lexicographic interpretation (based on the vocabulary of Novosibirsk). Abstract of thesis. Novosibirsk; 2021. 243 p. (In Russ.).
8. Mihajljukova NV. Lingvoaksiologicheskij aspekt opisanija tekstov vyvesok (na materiale jazyka goroda Vladivostoka) = Linguoaxiological aspect of description of sign texts (based on the language of the city of Vladivostok). *Socio- i psiholingvisticheskie issledovanija = Socio- and psycholinguistic studies*. 2017;(5):102-107. (In Russ.).
9. Pitina SA, Taskaeva AV. Regional'nye osobennosti geroizacii i degeroizacii juzhnoural'skih kommemo-rativov = Regional features of glorification and de-heroization of South Ural commemoratives. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija 2, Jazykoznanie = Bulletin of Volgograd State University. Series 2, Linguistics*. 2023;22(5):125-134. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2023.5.9>.

10. Pitina SA. Toponimy i narodnye toponimy Cheljabinskoy oblasti = Toponyms and folk toponyms of the Chelyabinsk region. *Vestnik ChelGU = Bulletin of CSU*. 2014;(26(355):92-95. (In Russ.).
11. Pitina SA, Taskaeva AV. Cheljabinsk i narodnye nazvaniya goroda = Chelyabinsk and popular names of the city. *Aktual'nye voprosy lingvistiki, mezhkul'turnoj kommunikacii i metodiki prepodavanija inostrannyh jazykov v vuze: materialy V Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii = Current issues of linguistics, intercultural communication and methods of teaching foreign languages in universities: materials of the V International scientific and practical conference*. Yekaterinburg; 2022. Pp. 315–321. (In Russ.).
12. Podol'skaja NV. Slovar' russkoj onomasticheskoj terminologii = Dictionary of Russian onomastic terminology. Moscow; 1988. 194 p. (In Russ.).
13. Popov RV. Gorodskie dialektizmy Severodvinska = Urban dialectisms of Severodvinsk. *Problemy konceptualizacii dejstvitel'nosti i modelirovanija jazykovoj kartina mira = Problems of conceptualization of reality and modeling of the linguistic picture of the world*. 2015;(7):79-85. (In Russ.).
14. Razumov RV. Precedentnye onimy v neoficial'nom gorodskom onomastikone = Precedent onyms in the unofficial urban onomasticon. *Jaroslavskij pedagogicheskij vestnik = Yaroslavl pedagogical bulletin*. 2011;1(4):169-172. (In Russ.).
15. Rezvuhina JuA. Regionalizm: k opredeleniju ponjatija = Regionalism: towards a definition of the concept. *Interjekspo Geo-Sibir' = Interexpo Geo-Siberia*. 2015;(2):84-90. (In Russ.).
16. Taskaeva AV, Seljutin AA. Regionalizmy v kul'turno-jazykovom prostranstve Cheljabinska = Regionalisms in the cultural and linguistic space of Chelyabinsk. *Kognitivnye issledovanija jazyka = Cognitive studies of language*. 2023;(1(52):307-313. (In Russ.).
17. Azaryahu M. The Power of Commemorative Street Names. *Environment and Planning D-society & Space*. 1996;14:311-330. DOI:10.1068/d140311.
18. David Ja. Commemorative Place Names — Their Specificity and Problems. *Names. A Journal of Onomastics*. 2011;59:214-228.
19. Pitina SA, Kharchenko EV. Creativity of Regionalisms on the Level of Word Building. *Philological Class*. 2022;27(4):67-75. DOI: 10.51762/IFK-2022-27-04-06.

### Информация об авторах

- А. В. Таскаева** — доктор филологических наук, доцент.  
**С. А. Питина** — доктор филологических наук, профессор.  
**С. А. Песина** — доктор филологических наук, профессор.

### Information about the authors

- A. V. Taskaeva** — Doctor Philological Sciences, Associate Professor.  
**S. A. Pitina** — Doctor Philological Sciences, Professor.  
**S. A. Pesina** — Doctor Philological Sciences, Professor.

---

Статья поступила в редакцию 02.02.2024; одобрена после рецензирования 15.03.2024; принята к публикации 21.04.2024.

The article was submitted 02.02.2024; approved after reviewing 15.03.2024; accepted for publication 21.04.2024.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.  
Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.  
The authors declare no conflicts of interests.

---

---

**СТИЛИСТИКА, ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ПРАГМАТИКА,  
МЕДИАЛИНГВИСТИКА, ДИСКУРСОЛОГИЯ  
STYLISTICS, LINGUISTIC PRAGMATICS, MEDIA LINGUISTICS,  
DISCOURSEOLOGY**

---

---

*Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 5 (487). С. 60–67.  
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(5(487):60-67.*

Научная статья

УДК 81.23

doi: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-60-67

**ЯЗЫКОВАЯ СПЕЦИФИКА СПОСОБОВ ВЫРАЖЕНИЯ ПРОСЬБЫ  
В РУССКОЙ И ПЕРСИДСКОЙ ДЕЛОВОЙ КОРРЕСПОНДЕНЦИИ**

**Кохнех Наргес Маджабади Аштиани<sup>1</sup>✉, Абдолмалеки Косар Салими<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Исламский университет «Азад» (западно-тегеранское отделение), Тегеран, Иран, ashtianinarges60@gmail.com, 0000-0002-4446-040X

<sup>2</sup> Боджнордский университет, Боджнорд, Иран, k.salimi@mail.ru, 0000-0001-6079-0524

**Аннотация.** Статья посвящена языковой специфике способов выражения просьбы в русской и персидской деловой корреспонденции. Цель статьи — проанализировать структуру писем-просьб в русском и персидском языках. Задачи исследования: рассмотреть этикетные речевые формулы в письмах-просьбах на русском и персидском языках; сопоставить используемые выражения при написании таких писем; выявить различия, сходства, а также универсальные способы выражения просьбы в деловой корреспонденции на русском и персидском языках. Главным объектом данной научной работы являются русские и персидские деловые письма-просьбы. Данная статья вносит вклад в исследование межкультурной деловой корреспонденции, расширяя понимание языковых нюансов в выражении просьб в русском и персидском языках. Несмотря на то, что тема была затронута в предыдущих работах, настоящее исследование углубляет анализ за счет сопоставления этикетных формул и глагольных конструкций, используемых в деловых письмах-просьбах. В результате проведенного исследования авторы пришли к выводу о том, что употребление обращений и использование глагольных форм в русских и персидских деловых письмах-просьбах существенно различаются. Важным открытием стало то, что в персидском языке обращения имеют строгие формы и расположение, отличное от русского, что отражает глубокие культурные и языковые традиции. Отсутствие отчества и восклицательных знаков в персидских обращениях, а также уникальное использование глагольных форм подчеркивают специфику межкультурного общения и необходимость учета этих особенностей при обучении русскому языку. Практическая ценность работы определяется возможностью использования ее материалов при чтении спецкурсов по межкультурной коммуникации и контрастивной лингвистике, а также при составлении учебных пособий по русскому языку как иностранному.

**Ключевые слова:** деловое письмо, письмо-просьба, коммуникативная цель, способы выражения, русский язык, персидский язык

**Для цитирования:** Аштиани Маджабади К. Н., Салими А. К. Языковая специфика способов выражения просьбы в русской и персидской деловой корреспонденции // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 5 (487). С. 60–67. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-60-67.

Original article

## LANGUAGE-SPECIFIC WAYS OF EXPRESSING A REQUEST IN RUSSIAN AND PERSIAN BUSINESS CORRESPONDENCE

Ashtiani Majdabadi Kohne Narges<sup>1</sup>, Salimi Abdolmaleki Kosar<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Islamic Azad University, West Tehran branch, Tehran, Iran, ashtianinarges60@gmail.com, 0000-0002-4446-040X

<sup>2</sup>University of Bojnord, Bojnord, Iran k.salimi@ub.ac.ir, 0000-0001-6079-0524

**Abstract.** The article is devoted to the linguistic specifics of ways of expressing requests in Russian and Persian business correspondence. The purpose of the article is to analyze the structure of request letters in Russian and Persian languages. Objectives of the study: to consider etiquette speech formulas in letters of request in Russian and Persian; compare the expressions used when writing such letters; identify differences, similarities, as well as universal ways of expressing requests in business correspondence in Russian and Persian. The main object of this scientific work is Russian and Persian business letters of request. This article contributes to the study of cross-cultural business correspondence by expanding the understanding of linguistic nuances in the expression of requests in Russian and Persian. Although the topic has been addressed in previous works, the present study deepens the analysis by comparing etiquette formulas and verb structures used in business request letters. As a result of the study, the authors came to the conclusion that the use of addresses and the use of verb forms in Russian and Persian business letters of request are significantly different. An important discovery was that in the Persian language, addresses have strict forms and arrangements that are different from Russian, which reflects deep cultural and linguistic traditions. The absence of patronymics and exclamation marks in Persian addresses, as well as the unique use of verb forms, emphasize the specifics of intercultural communication and the need to take these features into account when teaching Russian language. The practical value of the work is determined by the possibility of using its materials when teaching special courses on intercultural communication and contrastive linguistics, as well as when compiling textbooks on Russian as a foreign language.

**Keywords:** business letter, request letter, communicative purpose, ways of expression, Russian language, Persian language

**For citation:** Ashtiani Majdabadi Kohne Narges, Salimi Abdolmaleki Kosar. Language-Specific Ways of Expressing Request in Russian and Persian Business Correspondence. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2024;(5(487):60-67. (In Russ.). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-60-67.

### Введение

Сегодня деловые, коммерческие, правовые, финансовые и военные отношения между Исламской Республикой Иран и Россией с каждым днем интенсивно развиваются, а переписка между этими странами ведется на русском и персидском языках. В связи с этим возникает потребность в обучении иранских студентов языковым особенностям официально-делового стиля, в том числе ведению переписки и правильному оформлению официальных писем и писем делового назначения в русскоязычном информационном пространстве. Непременным атрибутом деловых писем являются закрепившиеся в течение времени отличительные нормы и правила письменной речи, регламентируемые деловым речевым этикетом.

При этом функционируют определенные общественно-принятые формальные признаки деловой переписки, предписывающие характерные для нее элементы. Следуя негласной договоренности, участники переписки придерживаются

официальной формы в разной степени, зависимо от содержания и направленности текста. По мнению В. В. Химика и Л. Б. Волковой, «особую роль в этом случае играет характер взаимоотношений между корреспондентами: дружеские, полуофициальные, официальные» [15].

Весомую позицию в эффективном деловом общении имеет выбор лексических средств, наиболее уместных в той или иной коммуникативной ситуации. Как утверждает Н. И. Формановская, «знание правил речевого этикета открывает двери к нашим человеческим взаимодействиям» [14]. При написании деловых писем обязательно следует исходить из того, какую информацию и с какой целью отправляет адресант, кто является адресатом сообщения.

Во всех видах общественно-коммуникативной деятельности и делового общения важное место занимает официально-деловая переписка. Деловое письмо является исторически традиционным жанром со сложившейся системой норм и правил написания и оформления,

представленным в многообразии форм и видов. Оно не утрачивает своего значения и предназначения даже в век цифровых технологий. Количество писем-обращений юридических и физических лиц не поддается счету.

Письма-просьбы представляются одной из наиболее распространенных форм деловой переписки. По мнению А. О. Стеблецовой, целью таких писем является «побуждение адресата к какому-либо действию, поэтому иначе они называются письмами побуждения» [13]. К побудительным письмам также относят *запросы, заказы и письма-требования*. Языковая специфика выражения просьбы в деловом письме не раз становилась предметом специального изучения [1; 2; 4–6; 8–10; 12; 16; 17; 19].

Прагматические особенности всех писем этой группы определяются тем, что письма объединяются в общий тип целеполагания, который можно определить как «перемена состояния субъекта». Цель адресанта — добиться действия со стороны адресата — обусловлена его желанием изменить существующую ситуацию или создать новую ситуацию.

Деловые письма используются для реализации конечной цели в форме *просьбы* (отправить список товаров, разместить новую информацию на сайте и др.), *запроса* (дать важную информацию о цене, скидках, сроках поставки, представить сведения о товаре или услуге), *предложения* (оформить заказ / доставку товара), *заказа* (совершить продажу / привоз товара), *напоминания* (оплатить), *требования* (оплатить долг, возместить неустойку и пр.).

### Материалы и методы исследования

В процессе исследования использовался описательный метод и метод сопоставительно-сравнительного анализа форм выражения просьбы в русской и персидской деловой корреспонденции. Материалом исследования послужили тексты деловых писем — переписки русских и персидских учреждений. Всего нами проанализировано 40 писем методом сплошной выборки из книг «Правила оформления официальной и частной переписки в русском языке» [5] и «Принципы написания и перевода деловых писем (русско-персидский)» [19].

### Обсуждение

В текстах русских деловых писем используются следующие речевые формулы выражения просьбы: «Просим (прошу) Вас выдать при-

каз...»; «Просим (прошу) Вас назначить дату собрания...»; «Просим (прошу) Вас указать ответственное лицо...»; «Просим (прошу) Вашего утверждения...», «Просим (прошу) Вас оказать содействие положительному решению вопроса...» и т. п.

### Композиция письма-просьбы, составленного на русском языке

Просительные обращения составляют с целью трансформации реалий в условиях, неблагоприятных либо неприемлемых для адресанта. Соответственно, в содержание такого письма заложена определенная манипуляция, оформленная в виде просьбы, пожелания, выражения надежды и т. п. Как и прочие деловые письма, они имеют четкую структуру.

Обычно письмо-просьба, составленное на русском языке, состоит из двух частей: 1. Вводная часть, 2. Собственно *просьба*<sup>1</sup>.

1. *Вводная часть* отражает причины и цели письма. Также здесь дается понимание, на основании чего (какого события, письма, переговоров и т. п.) составлено обращение. При этом используются устойчивые выражения, которые преподносятся как стандартные клише. Так, могут быть использованы следующие формальные установки:

- *В связи с обращением Вашего клиента...*  
... نظر به مراجعه مشتری شما
- *Учитывая увеличение количества запросов ...*  
... با توجه (با عنایت) به افزایش تعداد تقاضا ...
- *Принимая во внимание тот факт, что ...*  
... با عنایت به این موضوع که ...
- *В целях повышения эффективности и снижения рисков...*  
... به منظور تأثیر پذیری بیشتر و کاهش خطر ...
- *Для согласования вопросов...*  
... به منظور توافق پیرامون مسائل ...
- *Во избежание конфликтных ситуаций...*  
... به منظور جلوگیری از بروز اختلافات ...

- и т. п.
- *В соответствии с достигнутой ранее договоренностью...*  
... به موجب (پیرو) توافق به دست آمده پیشین ...
- *На основании договора...*  
... با استناد به قرارداد ...
- *На основании переговоров, прошедших (дата)...*  
... با استناد به مذاکرات حاصله (در تاریخ) ...

Все приведенные здесь в качестве примеров обороты должны использоваться в определенных и подходящих контекстно-речевых ситуациях.

Можно подытожить, что в начале большинства «официальных» выражений употребляется производный предлог или предложное сочетание.

<sup>1</sup> URL: <http://doc-style.ru/DP/?id=1.22> [последний доступ: 11.08.2023]

Важную роль играет согласованность предлогов с существительными; особенного внимания при составлении деловых писем заслуживают «стандартные» фразы с предлогами, которые употребляются с именами в родительном или предложном падежах.

2. Собственно *просьба*: глагол *просить*, используемый в этой части, оказывает психологический эффект убеждения адресата, а также несет формальную функцию. Поскольку форма требования или призыва выполнить что-либо могут быть восприняты как попытка к принуждению, просьба является их тактичной альтернативой и, соответственно, занимает предпочтительную позицию в деловом этикете.

При этом допускается использование других глаголов и выражений, сходных по значению. Так, часто встречаются в письмах-просьбах глаголы *надеяться*, *рассчитывать*, *быть уверенными* и т. п. Примеры фраз, реализующих просьбу или расчет на изменение ситуации в пользу адресанта: *Мы надеемся, что Вы рассмотрите наше предложение в ближайшее время. Учитывая опыт предыдущего сотрудничества, мы рассчитываем на Ваше положительное решение. Мы уверены, что Ваш опыт сотрудничества с нами позволит сделать правильный выбор.*

В тексте письма собственно глагол *просить* используется в форме первого лица единственного числа «*прошу*»; в форме первого лица множественного числа «*просим*»; в форме третьего лица единственного числа «*просит*», в том случае, когда в роли подлежащего выступает собирательное существительное: «*Совет Директоров компании обращается к...*», «*Администрация приносит извинения и просит клиентов...*»; а также в форме третьего лица множественного числа «*просят*», в том случае, когда предложение содержит однородные подлежащие — собирательные существительные (*Администрация компании и профсоюзный комитет просят...*).

Во время составления писем-просьб рекомендуется обращать внимание не только на формальные признаки их композиции и устойчиво сформировавшиеся выражения, но и на семантико-психологические детали:

1. Выражение интереса обращающейся с просьбой стороны к теме обращения должно сопровождаться пояснениями с опорой на объективные процессы и ситуативный контекст.

2. Письмо не должно начинаться непосредственно с просьбы, сначала должны быть описаны мотивы обращения.

3. Предварительное выражение благодарности адресату может спровоцировать неловкость в дальнейшем общении в случае, если просьба не может быть удовлетворена. Допускается выражение благодарности за понимание, содействие, сотрудничество, поддержку.

Обязательный элемент письма-просьбы — это обращение к адресату. Наиболее распространенными формами обращения в русском языке являются имена и отчества. Например: *Уважаемый Антон Павлович!* Употребление фамилии в обращениях добавляет официальности. Обращение в структуре таких писем располагается по центру.

Объем текста деловых писем, как правило, не должен превышать одной страницы формата А4. Наиболее употребимым типом шрифта признан Times New Roman, размер 12 и 14 (редко 10).

Если обращение отсутствует, то в верхнем правом углу размещается блок, содержащий фамилию и должность адресата в дательном падеже.

Использование местоимения «*Вы*» с большой буквой во всех падежных формах является отличительной особенностью русских деловых писем.

При соблюдении этикетных норм официальной переписки в обращении используются эпитеты «*уважаемый*» или «*глубокоуважаемый*». Например: *Уважаемый Игорь Петрович! Уважаемая Анна Васильевна! Глубокоуважаемые коллеги!*

Также в письмах подобного типа встречаются сокращения. Например: *г.* — город, *г-н* — господин, *г-жа* — госпожа, *шт.* — штук, *г. р.* — год рождения, *ст.* — статья, *п.* — пункт.

### **Структура письма-просьбы, составленного на персидском языке**

Согласно установившимся правилам, письмо-просьба в персидском языке состоит из пяти частей<sup>1</sup>:

1. Прежде всего — обращение к богу: в качестве шаблона используются принятые как священные слова и указание на имя Всевышнего *besmei taala* «во имя Аллаха». Данная формула располагается в верхней средней части письма (поэтому может быть принята за заглавие).

2. Обращение к адресату по имени и фамилии: обращение к получателям коммерческих писем должно быть уважительным. При обращении ниже инстанции к высшей употребляются соответствующие эпитафьи: *hazrat* «превосходительство», *jenabe aqaye* «господин, его (Ваше) превосходительство», *sarkare khanom* «госпожа»

<sup>1</sup> URL: <http://partelectric.blogfa.com/post/32> [последний доступ: 11.08.2023]

«ее (Ваше) превосходительство», *sarparast* «заведующий» и т. д. [7, с. 19].

Под именем и фамилией на отдельной строке указывается конкретная должность адресата. Следует отметить, что в персидском языке при обращении в министерство, учреждение и т. д. принято использовать слово *mohtaram* «уважаемый», которое не переводится на русский язык. Ср.: *vezarate mohtaram...* (перс. язык) «Министерству...» (рус. язык).

3. Слово *ehteraman* — букв. «с уважением», «с почтением» в персидских деловых письмах не просто включено в структуру текста, а является обязательным первым словом основного текста, часто выделяемым позиционно.

В основном тексте для выражения просьбы используются предложения с глаголом-связкой, употребленным в форме третьего лица единственного числа настоящего времени *khaheshmand ast, motamani ast, mostadei ast* — букв. «просящий бывает» и императив во втором лице множественного числа. Например: *farmayid, darid, bekonand, benamayand* — букв. «чтобы сделали» (табл. 1).

Как в русском, так и в персидском языках в письмах, оформляемых на бланках организаций, используется форма глагола 1-го лица множественного числа: *khaheshmandim etelaati piramoone ... dahid* — букв. «Просим Вас сообщить информацию о...», «Просим Вас предоставить данные о...» и др. В письмах, оформляемых на бланках должностных лиц, используется и форма глагола 1-го лица единственного числа настоящего времени: *khaheshmandam masaleyе tarboot be ... ra barresi namayid* — букв. «Прошу Вас рассмотреть вопрос о...».

В персидском языке, в отличие от русского, наблюдается и употребление формы глагола третьего лица единственного числа настоящего време-

ни, даже когда речь идет о просьбе, исходящей от конкретного лица. Например: *khaheshmand ast etelaati piramoone ... dahid*. Прошу Вас предоставить информацию о... (букв. «просящий бывает об информации ... дайте» (см. табл. 1).

В персидском языке среди писем-просьб не встречаются тексты, которые начинались бы с местоимений.

4. Благодарность: тексты писем-просьб в персидском языке заканчиваются пожеланиями и выражениями благодарности типа: *az dastoore ajeli ke dar in mored sader khahid farmood tashakor minamayad* — букв. «Будем благодарны за срочные указания по этому вопросу»; *kamale tashakor va emtenan khahad bood*. — букв. «Будем признательны и благодарны»; *ghablan az hamkari sepasgozari migardad*. — букв. «Заранее благодарим за сотрудничество» и т. д. Письма-просьбы в персидском языке завершаются вежливыми и почтительными выражениями. Между текстом и заключительной формулой вежливости должно быть расстояние в одну строчку. Заключительные формулы приветствия вводятся с предлогом *ba* — букв. «с»: *ba ehteram* — букв. «с уважением», *ba kamale ehteram, ba tajdide ehteram* — букв. «С глубоким уважением», «С совершенным почтением».

5. Сведения о подписанте: письма-просьбы в персидском языке обычно заканчиваются сведениями о подписанте, именем и фамилией, а также занимаемой должностью подписанта на левой стороне листа. Напротив данных о подписанте либо под ними ставится подпись. При этом дата указывается в начале письма вместе с его номером, если таковой имеется, и темой. В русских письмах дата пишется в начале. Она может быть расположена в конце текста вместе с данными о подписанте. Тема письма может не указывать-

Таблица 1  
Table 1

**Структура предложений с глаголом «просить» в русском языке и способы их передачи в персидском языке**

**The structure of sentences with the verb “to ask” in Russian and the ways of their transmission in Persian**

| Персидская фраза (дословный перевод)   | Русский перевод  |
|--|--|
| 1) сложная глагольная конструкция со связкой в форме 3-го лица ед. ч. или<br>2) в форме 1-го лица мн. ч.<br>+ повелительная форма глагола во 2-м лице мн. ч. | гл. <i>просить</i><br>1) в форме 1-го лица ед.<br>2) в форме 1-го лица мн. ч.<br>+ инфинитив |
| 1) <i>Khaheshmand ast dastoor farmayid</i> .<br>*Просящий бывает поручайте<br>2) <i>khaheshmandim dastoor farmayid</i> .<br>*Просящий бывает поручайте       | Прошу поручить<br>Просим поручить  |

ся, поскольку заключена непосредственно в тексте письма.

### Заключение

В ходе анализа структуры писем-просьбы в русском языке в их сопоставлении с персидским языком мы пришли к выводу о том, что между способами употребления слов-обращений в русском языке и их эквивалентами в персидском языке имеются отличия.

1. В персидском языке, в отличие от русского, при обращении не допускается употребление слов *jenabe*, *aqaye* — букв. «г-ну», *sarkare khanoome* — букв. «г-же» в сокращенной форме.

2. Обращение располагается не по центру или слева, как в русском языке, а справа, что объясняется ориентацией и направлением персидского текста.

3. В отличие от русских деловых писем-просьб в составе обращений в персидском языке не встречается отчество.

4. В персидском языке в отличие от русского языка не употребляется восклицательный знак после слов-обращений.

5. Анализ употребления глагольных форм в русском и персидском языках показывает, что в персидском языке, в отличие от русского, в составе писем-просьбы в случае изложения просьбы от первого лица встречается употребление глагола «*просить*» в третьем лице единственного числа: *khaheshmand ast* — букв. «*просит*» наряду с глагольной формой *khaheshmandam* — букв. «*прошу*». Кроме того, просьба в персидском языке не излагается от третьего лица множественного числа.

### Список источников

1. Ахмади С. Принципы составления отчетов и административной переписки. Гива, 2016. 200 с. (На перс.)
2. Бойчиук Г. В. Деловое письмо-просьба в обучении англоговорящих студентов русскому деловому речевому этикету // Концепт. 2019. № 3. С. 59–73.
3. Бойчиук Г. В. К проблеме классификации жанров деловых писем в русском языке // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 4 (82). Ч. 2. С. 309–314.
4. Голестан П. Сопоставительная характеристика речевого этикета в русских и персидских деловых письмах // Вестник центра международного образования Московского государственного университета. Филология. Культурология. Педагогика. Методика. 2012. № 4. С. 89–92.
5. Голестан П. Принципы написания и перевода деловых писем (русско-персидский). Иран : Мазандаранский университет, 2020. 547 с. (На перс.)
6. Малаи С. Принципы составления отчетов и административно-организационной переписки. Дибарган Тегеран, 2022. 191 с. (На перс.)
7. Наджафов Г. Г. Персидский язык. Коммерческая корреспонденция и документация. М., 2001. 304 с.
8. Ненашева А. Ю. Деловое письмо в китайском языке: особенности и речевые этикетные формулы // Язык и культура : сборник статей XXIX Международной научной конференции (16–18 октября 2018 г.). Томск. 2019. Ч. 2. С. 123–129.
9. Ращевская Е. П. Деловой русский язык. учебное пособие. Кострома : КГТУ, 2012. 186 с.
10. Румянцева Е. В. Функционирование высказываний со значением просьбы в русском языке // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2013. № 9. С. 169–172.
11. Сейтенова В. А. Деловая корреспонденция. Пособие по обучению ведению деловой корреспонденции. Нукус : Билим, 2020. 48 с.
12. Славнейшева Е. В. Обучение рече-поведенческой тактике выражения просьбы в курсе русского языка как иностранного // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2008. № 67. С. 459–462.
13. Стеблецова А. О. Национально-культурная специфика делового текста: на материале английского и русского языков : дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2001. 212 с.
14. Формановская Н. И. Культура общения и речевой этикет. М. : Икар, 2005. 250 с.
15. Химик В. В., Волкова Л. Б. Культура речи и деловое общение : учеб. и практикум для СПО. М. : Юрайт, 2019. 308 с.
16. Хомутова Т. Н. Лингвистические средства выражения вежливости в деловом письме-просьбе: контрастивное исследование (на материале английского, арабского и русского языков) // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». 2019. Т. 16, № 2. С. 27–35.

17. Шабан А. К., Хомутова Т. Н. Письмо-просьба как жанр русскоязычного делового дискурса // Вестник Курганского гос. ун-та. 2019. № 1. С. 105–110.
18. Шеина И. М. Особенности деловой переписки на русском, английском и японском языках в условиях межкультурной коммуникации // Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика». 2011. № 2. С. 62–68.
19. Яхьяпур М. Правила оформления официальной и частной переписки в русском языке. Иран : Тегеранский университет, 2009. 231 с. (На перс.).

## References

1. Ahmadi S. Principles of reporting and administrative correspondence = Printcipy sostavleniya otchetov i administrativnoj perezpiski. Giva, 2016. 200 p. (In Pers.)
2. Boichiuk GV. Letter of request in teaching Russian business speech etiquette for english-speaking students = Delovoe pismo-prosba v obuchenii angl; ogovoryashih studentov russkomu delovomu rechevomu etiketu. *Concept*. 2019;(3):59-73. (In Russ.).
3. Boichiuk GV. On the problem of classification of business letters genres in the Russian language = K probleme klassifikacii zhanrov delovyh pisem v russkom yazyke. *Philological Sciences. Questions of theory and practice*. 2018;(4(82):309-314. (In Russ.).
4. Golestan P. Comparative characteristics of speech etiquette in Russian and Persian business letters = Sopotavitelnaya harakteristika rechevogo etiketa v russkih i persidskih delovyh pismah. *Bulletin of the Center for International Education of Moscow State University. Philology. Culturology. Pedagogy. Methodology*. 2012;(4):89-92. (In Russ.).
5. Golestan P. Principy napisaniya i perevoda delovyh pisem (russko-persidskij) = Principles of writing and translating business correspondence (Russian-Persian). Iran; 2020. 547 p. (In Pers.).
6. Malaie S. Principy sostavleniya otchetov i administrativno-organizacionnoj perezpiski = Principles of report writing and administrative and organizational correspondence. Dibagan Tehran; 2022. 191 p. (In Pers.)
7. Nadzhafov GG. Persidskij yazyk. Kommercheskaya korrespondenciya i dokumentaciya = Persian language. Commercial correspondence and documentation. Moscow; 2001. 304 p. (In Russ.)
8. Nenasheva AU. Chinese business letter: the features and the common patterns = Delovoe pismo v kitajskom yazyke: osobennosti i rechevye etiketnye formuly. Jazik i kultura: sbornik statij XXIX mezhdunarodnoj nauchnoj konfrentsii (16–18 oktober 2019) = Language and Culture: Collection of Articles of the XXIX International Scientific Conference. October 16–18, 2019. Tomsk; Part 2. Pp. 123–129. (In Russ.)ю
9. Rashhevskaja EP. Delovoj russkij yazyk. Textbook = Business Russian language. Training manual. Kostroma; 2012. 186 p. (In Russ.).
10. Rummyantseva EV. Functioning of utterance with meaning of request in the russian language = Funkcionirovanie vyskazyvanij so znacheniem prosby v russkom yazyke. *Filologicheskie nauki. Voprosi teorii i practice Philological Sciences. Theory and Practice*. 2013;(9):169-172. (In Russ.).
11. Sejtenova VA. Delovaya korrespondenciya = A manual for training in conducting business correspondence. Bilim; 2020. 48 p. (In Russ.).
12. Slavnejsheva EV. Training speech-behavioral expression tacticts requests for course of Russian as a foreign language = Obuchenie reche-povedencheskoj taktike vyrazheniya prosby v kurse russkogo yazyka kak inostrannogo. *News of Herzen RSPU = Izvestija RGPU Im. A. I. Gertsena*. 2008;(67):459-462. (In Russ.).
13. Stebletsova AO. National and cultural specificity of business text: Based on the material of English and Russian languages = Natcionalno-kulturnaja spetsifika delovogo teksta: Na materiale anglijskogo i russkogo yazykov. Thesis Abstract. Voronezh; 2001. 212 p. (In Russ.).
14. Formanovckaja NI. Communication culture and speech etiquette = Kultura obsheniya i rechevoj etiket. Moscow; 2005. 250 p. (In Russ.).
15. Khimik VV, Volkova LB. Speech culture and business communication: textbook and a workshop for SVE = Kultura rechi i delovoe obshenie: ucheb. i praktikum dlja CPO. Moscow; 2019. 308 p. (In Russ.).
16. Khomutova TN, Shaban AK, Fatkulin BG. Linguistic exponents of politeness in business request letters: a contrastive study (English, Arabic and Russian = Lingvisticheskie sredstva vyrazheniya vezhlivosti v delovom pisme-prosbe: kontrastivnoe issledovanie (na mateijale angliickogo, arabskogo i russkogo yazika). *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Linguistics = Vestnik UUrGU. Seria "Lingvistika"*. 2019;16(2):27-35. (In Russ.).

17. Shaban AK. The letter of request as a genre of Russian business discourse = Pismo-prosba kak zhanr russkoyazychnogo delovogo diskursa. *Bulletin of the Kurgan State. University = Vestnik Kurganskogo gos un-ta*. 2019;(1):105-110. (In Russ.).

18. Sheina IM. Features of business correspondence in Russian, English and Japanese in the context of intercultural communication = Osobennosti delovoy perepiski na russkom, anglijskom i yaponskom yazykah v usloviyah mezhkulturnoj kommunikacii. *Vestnik MGOU — Seriya “Lingvistika”*. 2011;(2):62-68. (In Russ.).

19. Yahyapur M. Rules for formalizing official and private correspondence in Russian = Pravila oformleniya oficialnoj i chastnoj perepiski v russkom yazyke. Iran; 2009. 231 p. (In Pers.).

### **Информация об авторах**

**К. Н. Маджабади Аштиани** — кандидат филологических наук, преподаватель кафедры русского языка факультета гуманитарных наук.

**А. К. Салими** — кандидат филологических наук, преподаватель кафедры иностранных языков.

### **Information about the authors**

**Ashtiani Majdabadi Kohne Narges** — Candidate of Philological Sciences, Assistant Professor of Department of Russian Language, Faculty of Humanities.

**Salimi Abdolmaleki Kosar** — Candidate of Philological Sciences, Assistant Professor of the Department of Foreign Language.

---

*Статья поступила в редакцию 03.11.2023; одобрена после рецензирования 18.12.2023; принята к публикации 21.06.2024.*

*The article was submitted 03.11.2023; approved after reviewing 18.12.2023; accepted for publication 21.06.2024.*

Вклад авторов: оба автора сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflicts of interests.

Научная статья

УДК 80

doi: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-68-75

## ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТУАЦИИ ЭМПАТОГЕННОЙ СИТУАЦИИ ОБЩЕНИЯ НА ИЛЛОКУТИВНОЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЭМПАТИЙНЫХ РЕЧЕВЫХ ПОСТУПКОВ

Анна Александровна Бен Шушан

Уфимский университет науки и технологий, Уфа, Россия, mgore2004anna@gmail.com, 0000-0003-2443-6522

**Аннотация.** Данная статья является продолжением работ автора, посвященных изучению вербальной сферы психологического феномена эмпатии в функционально-прагматическом фокусе. Цель работы — продемонстрировать обусловленность иллокутивного функционирования эмпатических речепроявлений согласно эмпатогенной ситуации общения в прагмаструктуре вербальной эмпатии. Проведенный анализ основывался на материале, заимствованном из русских и французских коммуникативных платформ с общими темами «Он/она меня бросил(а)» и «Рождение ребенка». В процессе исследования была предложена авторская трактовка «эмпатогенной» ситуации как результата совместного речевого поведения адресанта и адресата, иллокутивным намерением которых является инициация и поддержание диалогичных высказываний, обладающих эмпатическим потенциалом. С опорой на качественный показатель валентности позитивного/негативного знака, характеризующего событийный характер ситуации, а также проявление положительно или отрицательно заряженных эмоций коммуникантов, выделены два полюса эмпатогенной ситуации, не рассматриваемых ранее. Новизна работы определяется также функциональным описанием прагмазначений эмпатических высказываний с привлечением ранее не рассматриваемого позитивного эмоционального диапазона интеракции коммуникантов, а также попыткой установления подструктурного взаимодействия эмпатических функций и субфункций в иллокутивно организованных сферах сопереживания и сорадования. В результате была установлена очевидная важность эффектуации эмпатогенной речевой ситуации на вербализацию эмпатической иллокуции; представлено устройство на основе прагмафункционального компонента эмпатийных сфер с учетом событийности, связанной с позитивными или негативными переживаниями эмпатируемого адресанта. Описаны генеральные иллокутивные функции «консоляции» эмпатийной сферы сопереживания и «удержание радостных чувств» эмпатийной сферы сорадования. Представлены соподчиненные эмпатические субфункции с речеактовыми проявлениями в эмпатийных посланиях. Определены инвариантные субфункции эмпатической направленности, а именно когнитивно-эвалюативная, ободряющая, партиципативная в ситуациях позитивного и негативного эмоционального фона. Продемонстрированы иллокутивные типы (сочувственного) понимания и аргументации «это жизнь» в качестве речевых механизмов консоляции в эмпатогенной ситуации негативного эмоционального диапазона. Позитивно ориентированная ситуация общения вербализована речевым актом сорадования, (благо)пожелания, похвалы или речевой стратегией содействия «я готов прийти на помощь».

**Ключевые слова:** эмпатогенная ситуация, вербальная сфера эмпатии, иллокутивный тип, сопереживание, сорадование, функционально-прагматический аспект

**Для цитирования:** Бен Шушан А. А. Проблема эффектуации эмпатогенной ситуации общения на иллокутивное функционирование эмпатийных речевых поступков // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 5 (487). С. 68–75. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-68-75.

Original article

## THE PROBLEM OF THE EFFECTUATION OF AN EMPATHOGENIC COMMUNICATIVE SITUATION ON THE ILLOCUTIONARY FUNCTIONING OF EMPATHIC SPEECH ACTS

Anna A. Ben Shushan

Ufa University of Science and Technology, Ufa, Russia, mgore2004anna@gmail.com, 0000-0003-2443-6522

**Abstract.** This article is an extension of the author's study concerned with the verbal sphere of empathy in a functional-pragmatic focus. The purpose of the work is to demonstrate the conditionality of the illocutionary functioning of empathic speech manifestations according to the empathogenic communicative situation in the pragmatic structure of verbal empathy. The analysis was based on material borrowed from Russian and French communication platforms with the common themes "He/she abandoned me" and "The birth of a child". The author's interpretation of the "empathogenic" situation was proposed as a result of the joint verbal behavior of the addressee and the addressee, whose illocutionary intention is to initiate and maintain dialogical statements with empathic potential. Two poles of an empathogenic situation are identified based on the qualitative indicator of the valence of a positive/negative sign characterizing the eventful nature of the situation, as well as the manifestation of positively or negatively charged emotions of communicants. The urgency is determined by the functional description of the pragmatic meanings of empathic utterances involving the previously unconsidered positive emotional range of interaction between communicants, an attempt to establish the substructural interaction of empathic functions and subfunctions in the illocutionarily organized spheres of empathy and co-rejoicing as well. As the issue, the obvious importance of the effectuation of an empathogenic speech situation on the verbalization of empathic illocution was established. The general illocutionary functions of "consolation" of the empathic sphere of empathy and "prolongation of joyful feelings" of the empathic sphere of co-rejoicing are described. Subordinated empathic subfunctions with speech-acting manifestations in empathic messages are presented. Invariant subfunctions of empathic orientation, namely cognitive-evaluative, encouraging, and participative in situations of positive and negative emotional background, are determined. The illocutionary types of (sympathetic) understanding and argumentation of "this is life" are demonstrated as speech mechanisms of consolation in an empathogenic situation of a negative emotional range. A positively oriented communication situation is verbalized by a speech act of co-rejoicing, (good)wishes, praises, or a speech strategy to promote "I'm ready to help".

**Keywords:** empathogenic situation, verbal sphere of empathy, illocutionary type, compassion, co-rejoicing, functional-pragmatic aspect

**For citation:** Ben Shushan AA. The Problem of the Effectuation of an Empathogenic Communicative Situation on the Illocutionary Functioning of Empathic Speech Acts. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2024;(5(487)):68-75. (In Russ.). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-68-75.

### Введение

В современных стрессогенных реалиях изучение проблемы психологического феномена эмпатии, в том числе в области лингвистики, трудно переоценить. Растущая потребность в эмпатическом отклике наблюдается и в сфере коммуникативного общения, стимулируя не только желание собеседников «выговориться», но и возможность эмпатизации, прежде всего вербальной, в ситуации требующей психологической поддержки. Примечательно, что актуальная тенденция дигитализации коммуникативного процесса позволила говорящему «изливать душу» публично с целью разделения в равной степени негативных или позитивных чувств. Кроме этого, изучение проблемы речевой эмпатии и описание ее иллокутивного функционирования с последующим структурированием в отрицательном/положи-

тельном контексте также подтверждает значимость работы.

Материалом исследования послужили полученные путем сплошной выборки виртуальные сообщения коммуникантов, представляющие собой диалогические единства эмпатической интеракции на русском и французском языках и заимствованные из тематических чатов коммуникационных платформ-форумов «Сибмама» и Doctissimo.

### Методы и принципы исследования

Работа была выполнена в русле антропоцентрической парадигмы (Л. А. Азнабаева [1], П. И. Костомаров [8]), позволившей сосредоточить внимание на эмпатическом речевом поведении собеседников сквозь призму их эмоционального статуса, выступающих в качестве

центральных определяющих фигур эмпатийной коммуникации. Теоретическим основанием обращения к психологическому феномену эмпатии в коммуникативном процессе послужила работа А. А. Кузнецовой [9; 10], в которой вербальная эмпатия изучалась в прагматическом и языковом ракурсах. Наряду с традиционными общенаучными методами наблюдения, аналитического описания, обобщения и др. для определения прагматического функционала эмпатических высказываний в работе использовались функциональный и интенциональный подходы. Теоретические работы в направлении речевой интенции (Н. И. Формановская [14]) и функциональной прагматики (Е. Ю. Протасова [12], В. Н. Василина [6]) также стали значительным вкладом в исследовании. Коммуникативно-ситуативный метод позволил рассмотреть вербальные проявления эмпатии с учетом знака валентности речевой ситуации общения в качестве показательного компонента прагматического аспекта коммуникативного взаимодействия. Был применен структурный метод для представления функционально-прагматической организации эмпатического речевого поведения в рамках позитивного/негативного эмпагогенного события. Речеактовый метод позволил точно установить принадлежность речевого поступка к иллюкутивному классу и типу при условии наличия перформативности (Дж. Серль [16]).

### Основные результаты и обсуждение

Изучение прагматического функционирования вербальных проявлений эмпатии в речевой интеракции не могло оставить без внимания феномен речевой ситуации общения. Было замечено, что одним из прагматических факторов, аффектирующих эмпатические речепроявления, является модус речевой ситуации, то есть эмоциональный лад речевого взаимодействия коммуникантов, продиктованный положительным или отрицательным настроением интерактантов в связи с произошедшим событием.

В контексте исследования речевая ситуация может быть определена как *эмпагогенная*, а именно ситуация общения, порождающая эмпатическое взаимодействие собеседников. В эмпагогенной ситуации общения адресант и адресат присутствуют в контексте диалогического единства, с учетом интенции говорящего сообщить о негативном или позитивном событии из своего жизненного опыта, с целью получения эмоционального отклика. Намерение адресата, в свою

очередь, направлено на оказание душевной поддержки, снижение уровня эмоционального стресса и ободрение собеседника. Таким образом, выделяют разнополярные сферы вербальной эмпатии, где одним из полюсов выступает негативная валентность речевой ситуации — сфера сопереживания. Противоположный полюс эмпатической валентности можно принять в качестве сферы сорадования для реализации позитивной ситуации общения. В результате дихотомического представления эмпатической межсубъективной интеракции по ситуативному признаку, позволяющему демаркировать эмпатийные вербальные сферы сопереживания и сорадования, была определена функциональная прагмаструктура эмпатического коммуникативного взаимодействия интерактантов матричного типа. В качестве пояснения заметим, что под матричной организацией эмпатической иллюкутивной структуры понимается соподчиненный характер зависимости эмпатических функций и субфункций, а также непосредственных речевых шагов их вербальной реализации в соответствии с прагматической ситуацией общения.

Прагмафункциональная архитектура эмпатического вербального взаимодействия представляет собой гибридную организацию, объединяющую две взаимодополняющие структуры, а именно прагматический функционал эмпатийных речепроявлений на основании двух речевых ситуаций: 1) эмоциональной подавленности адресанта [далее эмпатиканта. — А. Б. Ш.]; 2) его эмоционального подъема. На основании этого при функциональном представлении эмпатического коммуникативного процесса были выделены две доминантные эмпатические прагмафункции, первой из которых является «*консолятивная*» [3, с. 3087], а вторую можно обозначить как «*удержание радостных переживаний*», суть которой заключается в сохранении существующих положительных эмоций [2, с. 25]. Заметим, что консолятивная прагмафункция направлена на корректировку угнетенного состояния адресата [далее эмпатиката. — А. Б. Ш.], в то время как функция удержания радостных переживаний обеспечивает разделение позитивных чувств.

В качестве примера приведем две эмпагогенные речевые ситуации с противоположным знаком валентности (–/+ ) и условно обозначим темы: «Он/она меня бросил(а)» и «Рождение ребенка».

(Эмпатикант)

— А ce moment-là, je ne peux pas vous décrire ma douleur et je n'arrive pas trop à en parler. Com-

ment est-ce possible? Après 18 ans de vie commune, il m'a abandonné, il m'a largué pour une autre qui est plus jeune, je suis restée avec 3 enfants. Je pleure sans arrêt, complètement confuse, je ne sais pas comment continuer à vivre / Не могу описать, как я себя чувствую и не могу держать в себе эту боль! Разве так бывает?! После 18 лет совместной жизни, бросил меня, променял на другую, помоложе, оставив меня с тремя детьми. Я рыдаю без остановки, в полной растерянности, не знаю, как жить дальше [здесь и далее перевод выполнен автором статьи. — А. Б. Ш.]<sup>1</sup>.

(Эмпатикат)

— Oh là là! Que je te comprends! J'étais quasiment dans la même situation mais crois-moi, tu n'es pas la première ni la dernière! Quel connard ce mec!! On leur consacre la vie, et ils sont prêts à tout oublier, à tout abandonner comme ça... Mais les enfants! Ne perds jamais d'espoir, c'est la vie, tout ira bien, tu verras! Vas-y, pense à l'avenir de tes enfants! Je crois en toi, ma chérie! Si tout va mal, n'hésite pas à écrire pour avoir un coup de main! / Да уж, как же я тебя понимаю, сама была в такой же ситуации, поверь, ты не первая и не последняя! Какой же он все-таки гад!! Мы им свою жизнь посвящаем, а они готовы всё забыть, бросить вот так... Да еще дети! Но ты не отчаивайся, это жизнь, всё наладится, обязательно! Смотри вперед, думай о будущем своих детей! Верю в тебя, дорогая! Если совсем будет плохо, пиши, поддержим! [Там же].

Прежде всего обратимся к инициальной реплике говорящего, выступающей в качестве зачина эмпагогенной речевой ситуации. Как видим, прагматическим триггером актуализации эмоционального настроения собеседников выступает ряд речевых поступков. К высказываниям, симптоматичным для вовлечения реагирующего собеседника и актуализации его эмпатической включенности, относятся: экскламативные, интеррогативные, аффирмативные речедействия репрезентативного иллокутивного типа, выраженные прямо или косвенно, с характерной эмоционально-оценочной насыщенностью для описания чувственного фона говорящего, тревожности, негативно-событийного сюжета произошедшего.

Из примера усматривается, что сообщение инициатора эмпатической интеракции в негативной ситуации общения, включающей отрицательное событие «per se», провоцирующее депрессивное состояние говорящего, как правило,

<sup>1</sup> URL: [https://forum.doctissimo.fr/psychologie/depression-deprime-stress/aime-rien-survivre-sujet\\_262250\\_1.htm](https://forum.doctissimo.fr/psychologie/depression-deprime-stress/aime-rien-survivre-sujet_262250_1.htm) (дата обращения: 21.12.2023)

имеет развернутый вид и представляет собой последовательность речевых шагов, выполняющих аттрактивную и эмоционально-оценочную функции. Целеустановкой высказывания такого рода является привлечение внимания аудитории, формирование эмоционального отношения собеседника к случившемуся для получения эмпатийного фидбэка.

С точки зрения эмпатического функционирования стартовая реплика приводит к реактивной вербальной эмпатизации собеседника посредством ряда речевых механизмов с магистральной «консолятивной» прагмафункцией. Рассмотрим некоторые из них на вышеприведенных примерах.

Одним из расхожих вариантов речедейственного сценария эмпатического реагирования в эмпагогенной ситуации является сочетание иллокутивного типа (сочувственного) понимания с речевой стратегией «отсылка к аналогичному жизненному опыту адресанта», вербализованной речевой тактикой «со мной (было) то же самое». Согласно иллокутивно-перформативному подходу индикатором (тестером типа речевого акта) интенциональности в структуре высказывания выступает перформативный глагол [11, с. 76], позволяющий определить выражение иллокуции (сочувственного) понимания прямо благодаря перформативу «comprendre», а также косвенно посредством междометного экскламатива (Oh là là!). В роли объединяющей субфункции выступает эмпатическая «когнитивно-эвалюативная» [3, с. 3088], предполагающая включение мыслительного процесса наряду с эмоциональным компонентом. Речевым механизмом всё той же прагматической субфункции выступает последующая аргументативная речевая тактика «это может случиться с каждым», «это жизнь».

Другая частотная эмпатическая субфункция «солидаризации» прагмафункции «консоляции» вербализована косвенно речевой стратегией дискредитации при помощи речевого акта порицания [4] депрециативного типа, негативно оценивающего каузанта (виновника) произошедшего «Quel connard ce mec!!». Кроме этого, «солидаризирующая» эмпатическая субфункция проявляет себя в речевом поступке «эмоциональной подстройки» с горюющим относительно самого неблагоприятного события во фразе «On leur consacre notre vie, et ils sont prêts à tout oublier, à tout abandonner comme ça... Mais les enfants!». Выполнение упомянутых иллокутивных субфункций в эмпагогенном контексте обеспечивает создание речевой атмосферы эмоционального

консонанса между собеседниками для реализации сверхкоммуникативной задачи — оказание психологической поддержки.

Среди речевых механизмов кодовой части реактивного эмпатийного сообщения в утешающей ситуации наиболее характерным является речевой акт ободрения в прямой и косвенной форме, выполняющий одноименную «ободряющую» субфункцию [3, с. 3089]. Ободряющая эмпатическая субфункция также входит в состав консолятивной прагмафункции вербальной эмпатии и вербализуется речевыми стратегиями «позитивный прогноз» в форме уверения (*tout ira bien, tu verras*) и «повышение самооценки слушающего» (*Je crois en toi, ma chérie*), а также прямо выраженного речевого акта совета (*Vas-y, pense à l'avenir de tes enfants. Ne perds jamais d'espoir*).

В финальной фразе «*Si tout va mal, n'hésite pas à écrire pour avoir un coup de main*» просматривается прагматическая субфункция «*партиципации*» [3, с. 3088], вербализованная речевой стратегией «содействия».

Таким образом, при вербальном реагировании в эмпатогенной (негативной) ситуации прослеживается поступательное решение коммуникантом взаимодополняющих эмпатических прагматических задач, осуществляемых в соответствии с генеральной функцией консоляции и субфункциями: «когнитивно-эвалюативной», «солидаризирующей», «ободряющей» и «партиципативной», с участием непосредственных речеактовых шагов, которые способствуют снятию эмоциональной напряженности слушающего в депрессивном диапазоне общения.

Далее обратимся к эмпатогенной ситуации общения, репрезентирующей эмпатийную сферу сорадования. Заметим, что языковой материал для изучения эмпатийных речепроявлений по поводу радостных событий в силу национально-культурных особенностей, по нашим предположениям, наиболее часто представлен на интерактивных платформах русскоговорящих коммуникантов.

(Эмпатикант)

— Поздравьте, родила дочку!!! Я безумно счастлива!<sup>1</sup>

(Эмпатикат)

— Ура! Поздравляю с рождением принцессы!!! Умничка! Скорейшего восстановления! Хорошую дату малыш выбрал! Имя уже придума-

<sup>1</sup> URL: <https://forum.sibmama.ru/viewtopic.php?t=1245709&ysclid=lscik769h3758325365> (дата обращения: 21.12.2023)

ли? Растите большими и здоровыми! Эх, это мои самые любимые посты «Я родила». Сразу вспоминаю себя, когда моя кроха появилась на свет! Это счастье!! Здоровья вам и вкусного молочка! [Там же].

Как видим, с точки зрения речеактового наполнения инициального сообщения, в речевой ситуации сорадования триггерная фраза эмпатиканта в содержательном плане развернута в меньшей степени в сравнении с информацией, излагаемой коммуникантом для разделения негативных чувств, что, однако, по нашему мнению, не может свидетельствовать о степени интенсивности испытываемых эмоций говорящего.

Нельзя не отметить, что рассмотренный прагматический функционал, реализующий консолятивную функцию частично, наблюдается также в эмпатогенной речевой ситуации, связанной с позитивными событиями в жизни адресанта, что позволяет сделать предположение об интегративном характере функционирования в прагмаструктуре вербальной эмпатии.

Инициальным иллокутивным типом реактивного эмпатического послания, выполняющего прагмафункцию «удержания позитивных переживаний», является речевой акт сорадования, косвенно выраженный при помощи междометной реплики (Ура!). Отмечено, что подобный иллокутивный тип реализует эмпатическую субфункцию «партиципации», которая, в свою очередь, замечена и в речевой негативной ситуации, где выполняет функцию консоляции. Однако речевой акт сорадования в качестве одного из возможных речевых поступков для выражения эмоциональной сопричастности, вследствие высокой ситуативной зависимости, ограничен радостным поводом.

Ситуационная детерминация характерна также для последующего иллокутивного типа поздравления в прямой форме (Поздравляю с рождением принцессы!!!) с целью удержания радостных чувств. Наряду с последующим речевым актом похвалы (Умничка!) поздравление выполняет «поощряющую» эмпатическую субфункцию. В свою очередь, поощрение как речевой механизм включен в ряд речевых шагов, реализующих «ободряющую» субфункцию для утешения горящего. В этой связи поясним, что, согласно нашим наблюдениям, употребление иллокутивного типа похвалы в эмпатогенной ситуации может нести различную прагматическую нагрузку на основании целеустановки высказывания и под влиянием знака валентности ситуации общения.

Так, в негативной тональности переживаний эмпатиканта высказывающий похвалу эмпатикат стремится ободрить горющего для поднятия самооценки и оказания ему таким образом психологической поддержки. В случае с позитивными переживаниями цель похвалы заключается в словесном поощрении для осуществления проявления акта заботы, то есть эмоционального «коммуникативного подарка» адресату [7, с. 295]. Мы также разделяем точку зрения И. В. Бессоновой, которая выделяет дополнительную функцию речевого действия похвалы в ситуации эмоциональной коммуникации, заключающуюся в «освобождении субъекта речи от эмоциональной перегрузки» [5, с. 12].

(Благо)пожелание как иллокутивный тип имеет своей целью выражение «чувства благоволения говорящего по отношению к адресату» [13, с. 72–92]. Несмотря на свою признанную ритуализованность, фатичность и высокую степень ситуативной зависимости, в нашей работе функционально-прагматическая особенность реактивного речевого поступка (благо)пожелания (Скорейшего восстановления! Растите большими и здоровыми! Здоровья вам и вкусного молочка!) определяется как искреннее намерение говорящего проявить свое соучастие в эмпатогенной ситуации сорадования. Учитывание смыслового компонента (благо)пожелания как «речевого действия выражения надежды на наступление определенного положения дел в жизни адресата и оценке говорящим его действий или ситуации в целом» [13, с. 72] позволяет предположить, что акт пожелания блага может быть также включен в речевой механизм «позитивного прогноза» с «поощряющей» субфункцией.

Наряду с поощряющей иллокутивной субфункцией позитивной вербальной эмпатизации отмечается присутствие когнитивно-эвалюативного прагмаконституента. В процессе вербальной синхронизации с радостными эмоциями собеседника эмпатикат реализует «когнитивно-эвалюативную» субфункцию при помощи речевых стратегий «автопроекция» и «отсылка к аналогичному жизненному опыту адресанта» с применением речевого поступка «со мной (было) то же самое» (Сразу вспоминаю себя, когда моя кроха появилась на свет!). При этом наблюдается смещение фокуса эмпатии на самого говорящего, что позволяет обозначить адресанто-ориентированный [15, с. 198] вектор речевого эмпатирования. Кроме этого, речевая стратегия «субъективное представление эмоциональных переживаний адресан-

та» или «автопроекция» «когнитивно-эвалюативной» субфункции вербализована репрезентативной репликой «это счастье!» с эксплицитно выраженной оценивающей составляющей.

### **Заключение**

Обобщая вышесказанное, обозначим следующее: 1) эмпатогенная ситуация общения может быть представлена в двух модусах согласно знаку валентности событийного компонента и эмоциональной включенности коммуникантов, в частности негативная/позитивная речевая ситуация, обладающая эмпатической направленностью; 2) тип ситуации общения с эмпатическим потенциалом обуславливает выбор говорящим речевых действий, включенных в сферы вербальной эмпатии, а именно сопереживание и сорадование; 3) в прагмафункциональной структуре вербальной эмпатии различают две магистральные эмпатические функции: генеральной прагмафункцией речевых поступков вербальной сферы сопереживания в эмпатогенной ситуации является функция «консоляции», направленная на коррекцию эмоционального состояния адресата, оказание психологической поддержки; ведущей эмпатической прагмафункцией речевого поведения реагирующего адресата при сорадовании выступает функция «удержания позитивных переживаний»; 4) кроме этого, на основании целеустановки реактивных эмпатических высказываний выделяют четыре сопутствующие субфункции; 5) к эмпатическим субфункциям речевых поступков общими, инвариантными в диапазоне негативных и позитивных эмоций собеседников можно отнести когнитивно-эвалюативную, ободряющую и субфункцию партиципации; 6) в то же время была замечена зависимость эмпатийной солидаризирующей и ободряющей субфункций от качественного показателя валентности эмпатогенной ситуации общения, где, несмотря на единую прагматическую иллокуцию разделения чувств с собеседником, эмпатическая прагмаречевая объективация неодинакова. Так, для выполнения «когнитивно-эвалюативной» субфункции эмпатической функции «консоляции» универсальным речевым механизмом является речевая стратегия «автопроекция» с частными случаями вербализации в ситуации сопереживания, такими как иллокутивные типы (сочувственного) понимания и аргументации «это жизнь». Для решения партиципативной задачи в полярной эмпатогенной ситуации общения речевыми актуализаторами выступают речевой акт сорадования или речевая

стратегия содействия «я готов прийти на помощь». Применительно к речевому поступку похвалы, реализующему поощрение в позитивном диапазоне, иллокутивным намерением говорящего является совершение коммуникативного подарка слушающему, в то время как негативная пресуппозиция требует от адресата «хвалящего поступка» с целью повышения самооценки горюющего адресанта. Схожим образом можно описать и прагматическую направленность речевого акта (благо)пожелания, который, в отличие от речепроявлений в ситуации, связанной с негативными событиями, направлен на утешение и ободрение, при сорадовании позитивное пожелание является речевым вознаграждением, направленным на усиление эмоций слушающего в позитивной тональности.

В этой связи перспективой исследования в области речевой эмпатизации в прагматическом ключе является возможность не только раздвинуть границы представления о функционировании эмпатической иллокутивной силы речепроизводства в эмпатогенной ситуации общения, но и сосредоточить внимание на ее структурных компонентах, находящихся в созависимом отношении от знака валентности речевой ситуации.

Полученные знания могут быть ценными в области дальнейших разработок, связанных с изучением вербальных сфер сопереживания и сорадования, а также послужить основой для практических решений при структурировании и прогнозировании эмпатического коммуницирования с целью создания успешного общения.

### Список источников

1. Азнабаева Л. А. Принцип вежливости в английском диалоге. Уфа : РИЦ «БашГУ», 2005. 198 с.
2. Анищенко А. А. Речевая сфера сорадования с позиции адресата // Межкультурная-интракультурная коммуникация: прецедентный текст в коммуникации : материалы Международной научно-практической конференции. Уфа : РИЦ БашГУ, 2017. С. 24–31.
3. Бен Шушан А. А. Вербальная эмпатия в функционально-прагматическом фокусе (на материале французского языка) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2023. Т. 16, № 9. С. 3085–3091.
4. Бен Шушан А. А. Эмпатийные речевые процедуры солидаризации в контексте эмоциогенного события // Russian Linguistic Bulletin. 2023. № 11 (47). С. 1–5.
5. Бессонова И. В. Речевые акты похвалы и порицания собеседника в диалогическом дискурсе современного немецкого языка : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тамбов, 2003. 23 с.
6. Василина В. Н. Функциональный подход к анализу речевых актов в диалоге // Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки. Серия 1. Филология. 2005. № 4 (20). С. 28–37.
7. Гладко М. А. Коммуникативный подарок или похвала и комплимент в коммуникативном ландшафте организации // Проблемы и перспективы развития науки и образования в XXI веке : материалы Международной (заочной) научно-практической конференции. София : Мир науки, 2017. С. 293–299.
8. Костомаров П. И. Антропоцентризм как важнейший признак современной лингвистики // Вестник Кемеровского государственного университета. 2014. Т. 1, № 2 (58). С. 198–203.
9. Кузнецова А. А. Иллокутивные типы вербальной эмпатии : дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2011. 211 с.
10. Кузнецова А. А. Лингвистический аспект эмпатии // Вестник ЧелГУ. 2010. № 13 (194). Вып. 43. С. 80–82.
11. Мощева С. В. Речевой акт как способ реализации коммуникативной интенции // Вестник КГУ им. Некрасова. 2012. № 5-6. С. 76–79.
12. Протасова Е. Ю. Функциональная прагматика в XXI веке // Вестник ВолГУ. Серия 2: Языкознание. 2015. № 1(25). С. 61–71.
13. Трофимова Н. А. Экспрессивные речевые акты. Семантический, прагматический, грамматический анализ. СПб. : ВВМ, 2008. 371 с.
14. Формановская Н. И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. М., 2002. 216 с.
15. Шпильная Н. Н. Модели деривации диалогического текста // Вестник Кемеровского государственного университета. 2015. Т. 1, № 3-1 (63). С. 198–206.
16. Searle J. A Taxonomy of Illocutionary Acts // Language, mind, and knowledge. Minnesota studies in the philosophy of science. 1975. Vol. 7. P. 344–369.

## References

1. Aznabaeva LA. Princip vzhlivosti v anglijskom dialoge = The principle of politeness in English dialogue. Ufa; 2005. 198 p. (In Russ.).
2. Anishchenko AA. Speech sphere of co-rejoicing from the addressee's position. In: Mezukul'turnaya-intrakul'turnaya kommunikaciya: precedentnyj tekst v kommunikacii = Intercultural intracultural communication: precedent text in communication. Ufa; 2017. Pp. 24–31. (In Russ.).
3. Ben Shushan AA. Verbal empathy in a functional-pragmatic focus (based on the material of the French language). *Scientific periodical: Philology. Theory & Practice. Gramota Publishers*. 2023;16(9):3085–3091. (In Russ.).
4. Ben Shushan AA. Empathic speech procedures of solidarity in the context of an emotiogenic event. *Russian Linguistic Bulletin*. 2023;(11(47):1-5. (In Russ.).
5. Bessonova IV. Rechevye akty pohvaly i poricaniya sobesednika v dialogicheskom diskurse sovremenno-go nemeckogo yazyka = Speech acts of praise and blame of the interlocutor in the dialogic discourse of modern German language. Abstract. Tambov; 2003. 23 p. (In Russ.).
6. Vasilina VN. Functional approach to the analysis of speech acts in dialogue. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*. 2005;4(20):28-37. (In Russ.).
7. Gladko MA. Communicative gift or praise and compliment in the communicative landscape of an organization. In: Problemy i perspektivy razvitiya nauki i obrazovaniya v XXI veke = Problems and prospects for the development of science and education in the XXI century. Sofiya; 2017. Pp. 293–299. (In Russ.).
8. Kostomarov PI. Anthropocentrism as the most important feature of modern linguistics. *Bulletin of Kemerovo State University*. 2014;1(2(58):198-203. (In Russ.).
9. Kuznetsova AA. Illokutivnye tipy verbal'noj empatii = Illocutionary types of verbal empathy. Abstract. Ufa; 211 p. (In Russ.).
10. Kuznetsova AA. Linguistic aspect of empathy. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2010;194(13(43):80-82. (In Russ.).
11. Moshcheva SV. Speech act as a way of realizing communicative intention. *Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Kostroma State University named after A. N. Nekrasov*. 2012;(5-6):76-79. (In Russ.).
12. Protasova EYu. Functional pragmatics in the XXI century = Questions of linguistics. *Bulletin of the Volgograd State University*. 2015;(1(25):143-155. (In Russ.).
13. Trofimova NA. Ekspressivnye rechevye akty. Semanticheskij, pragmaticheskij, grammaticheskij analiz = Expressive speech acts. Semantic, pragmatic, grammatical analysis. St. Petersburg; 2008. 371 p. (In Russ.).
14. Formanovskaya NI. Rechevoe obshchenie: kommunikativno-pragmaticheskij podhod = Speech communication: a communicative-pragmatic approach. Moscow; 2002. 216 p. (In Russ.).
15. Shpilnaya NN. Models of derivation of dialogical text. *Bulletin of Kemerovo State University*. 2015;(3-1(63):198-206. (In Russ.).
16. Searle JA Taxonomy of Illocutionary Acts. *Language, mind, and knowledge. Minnesota studies in the philosophy of science*. 1975;7:344-369.

## Информация об авторе

**А. А. Бен Шушан** — кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков естественных факультетов Высшей школы зарубежной филологии, лингвистики и перевода.

## Information about the author

**A. A. Ben Shushan** — Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Foreign Languages of Natural Science Faculty of the Higher School of Foreign Philology, Linguistics and Translation.

Статья поступила в редакцию 29.01.2024; одобрена после рецензирования 18.03.2024; принята к публикации 21.04.2024.

The article was submitted 29.01.2024; approved after reviewing 18.03.2024; accepted for publication 21.04.2024.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

Научная статья

УДК 811.161.1'42

doi: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-76-84

## АЛЛЮЗИВНЫЕ ЗАГОЛОВКИ В СМИ: АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Евгения Наумовна Басовская<sup>1</sup>, Татьяна Александровна Воронцова<sup>2</sup>✉

<sup>1</sup> Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия, jeni\_ba@mail.ru, 0000-0002-6867-9326

<sup>2</sup> Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, voron500@yandex.ru, 0000-0001-7370-8809

**Аннотация.** Статья посвящена анализу газетных заголовков, основанных на аллюзии. На материале текстов, опубликованных в 2023 г. в различных с точки зрения идеологической направленности и стилистики изданиях — газетах «Завтра» и «Коммерсантъ», авторы рассматривают аксиологическую значимость таких факторов, как выбор источника аллюзии, отсутствие или наличие трансформации, ведущий принцип обыгрывания исходного текста. Обнаруживаются черты как сходства, так и различия в создании аллюзивных заголовков. Оба издания активно обращаются в поисках исходного материала к фразеологии, русской классической литературе и советскому кинематографу, что объясняется приоритетом маркетинговых соображений: максимально аттрактивным является заголовок, отсылающий к легко узнаваемому тексту. В газете «Завтра» источниками аллюзивных заголовков могут быть современные грубовато-ироничные высказывания, свойственные разговорной речи, и произведения русской классической литературы, которые хорошо известны массовому адресату. При этом первоначальный вид текста-источника либо не изменяется, либо минимально трансформируется, сохраняя при этом исходные оценочные коннотации. Узнавание и осмысление таких аллюзивных заголовков не требует от адресата дополнительных когнитивных усилий, что позволяет говорить об установке на привлечение внимания максимально широкого адресата. Специфика заголовков «Коммерсанта» заключается в более активном использовании прецедентных высказываний. Источниками аллюзий выступают не только фразеологизмы и произведения русской классической литературы, но и прецедентные тексты, ассоциированные с советскими реалиями, и тексты художественной литературы, которые не являются широко известными. Прецедентные тексты, независимо от их характера, подвергаются «снижающей» трансформации посредством языковой игры. Аттрактивность таких заголовков определяется уровнем фоновых знаний адресата, которому необходимо не только опознать текст-источник и понять аллюзию в тексте заголовка, но и соотнести аксиологические характеристики прецедентного и аллюзивного текстов. Авторы статьи отмечают, что озаглавливание с применением оценивающей аллюзии служит одним из регулярно используемых приемов настройки медиатекста на целевую аудиторию.

**Ключевые слова:** медиатекст, заголовок, аллюзия, аксиологическая значимость, прецедентность, ирония, адресат

**Для цитирования:** Басовская Е. Н., Воронцова Т. А. Аллюзивные заголовки в СМИ: аксиологический аспект // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 5 (487). С. 76–84. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-76-84.

Original article

## ALLUSIVE HEADLINES IN THE MEDIA: AXIOLOGICAL ASPECT

Evgenia N. Basovskaya<sup>1</sup>, Tatyana A. Vorontsova<sup>2</sup>✉

<sup>1</sup> Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia, jeni\_ba@mail.ru, 0000-0002-6867-9326

<sup>2</sup> Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, voron500@yandex.ru, 0000-0001-7370-88091

**Abstract.** The article is devoted to the analysis of newspaper headlines based on allusion. Using the material of texts published in 2023 in the newspapers Zavtra and Kommersant, which are different in terms of ideological orientation and stylistics, the authors examine the axiological significance of such factors as the choice of the source of allusion, the absence or presence of transformation, and the leading principle of playing with the original text. Both similarities and differences in the creation of allusive headlines are revealed. Both publications actively seek

source material from phraseology, Russian classical literature and Soviet cinema, which is explained by the priority of marketing considerations: a headline that refers to an easily recognisable text is the most attractive. In the *Zavtra* newspaper, the sources of allusive headlines can be modern rude and ironic statements typical of colloquial speech and works of Russian classical literature that are well known to the mass addressee. In this case, the original form of the source text is either unchanged or minimally transformed, while retaining the original evaluative connotations. Recognition and comprehension of such allusive titles does not require additional cognitive efforts from the addressee, which allows us to speak about the setting to attract the attention of the widest possible addressee. The specifics of *Kommersant's* headlines lie in the more active use of precedent statements. The sources of allusions are not only phraseological phrases and works of Russian classical literature, but also precedent texts associated with Soviet realities and texts of fiction that are not widely known. The precedent texts, regardless of their nature, are subjected to a “reducing” transformation through language play. The attractiveness of such titles is determined by the level of background knowledge of the addressee, who needs not only to identify the source text and understand the allusion in the title text, but also to correlate the axiological characteristics of the precedent and allusive texts. The authors of the article note that titling with the use of evaluative allusion is one of the regularly used methods of adjusting the media text to the target audience.

**Keywords:** media text, title, allusion, axiological significance, precedent-setting, irony, addressee

**For citation:** Basovskaya EN, Vorontsova TA. Allusive Headlines in the Media: Axiological Aspect. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2024;(5(487):76-84. (In Russ.). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-76-84.

## Введение

### Постановка проблемы

В современном информационном обществе сознание аудитории подвергается постоянному активному воздействию со стороны средств массовой информации [см., например: 3, с. 7, 240; 12, с. 104–105], что делает актуальным изучение форм и методов этого влияния. Исследователями журналистского текста неоднократно отмечалась высокая значимость заголовка публикации, выполняющего не только номинативную, апеллятивную и мнемоническую, но и идеологическую функцию [7; 10; 13; 15]. В частности, заголовок — не только как часть текста, но и как относительно самостоятельное вербальное произведение — выступает в роли транслятора определенных ценностей.

Данная статья посвящена рассмотрению одного из видов заголовка, характерных для сегодняшних СМИ, — конструкции, основанной на аллюзии. Мы предполагаем, что название такого типа обладает большой привлекательностью для читателя, настроенного не на пассивное восприятие контента, а на своего рода диалог с автором публикации. Понимание аллюзии дает ряд позитивных эффектов: адресату приятно сознавать собственную эрудицию, его может радовать остроумное обыгрывание исходного материала, у читателя и журналиста обнаруживается общий корпус знаний, что способствует чувству единения. Всё это обеспечивает высокий воздействующий потенциал аллюзивного заголовка, в том числе способность вовлекать аудиторию в своего рода «ценностное поле» издания.

В статье данный процесс рассматривается на примере СМИ, редакции которых занимают несопадающие идеологические позиции, — газеты «Завтра», позиционирующей себя как имперски и националистически ориентированное издание (О нас. URL: <https://zavtra.ru/about>) и газеты «Коммерсантъ», тяготеющей к сдержанному либерализму и профессиональной объективности (URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4966189>). Гипотезой исследования служит предположение о том, что в публикациях столь очевидно противопоставленных изданий обнаружатся различия в аллюзивных заголовках — на уровне аксиологического отбора базового материала, приемов его использования и соотнесения заголовка с текстом статьи.

### История вопроса

При наличии упомянутой ранее обширной литературы о заголовке как части журналистского текста, а также об аллюзии как одном из средств речевой экспрессии, применяемом, в частности, в публицистических текстах [см., например: 11; 6], число работ, посвященных аллюзивным заголовкам СМИ, относительно невелико. Среди них необходимо обратить внимание на статью А. В. Хлопянова, в которой предпринята попытка классификации: автор предлагает различать метафорические, иронические аллюзии, а также аллюзии, «передающие аналитическую и оценочную информацию» [17, с. 278–279]. Данное противопоставление выглядит не вполне логически корректным и требует некоторых уточнений. Оценочную информацию несет, на наш взгляд, любая аллюзия — уже потому, что выбор

некоторого объекта в качестве ее источника косвенно свидетельствует о том, что пишущий придает ему повышенную значимость<sup>1</sup>. Вероятно, правильнее говорить о существовании аллюзий серьезных и иронических. Кроме того, есть основания для противопоставления аллюзий «сохраняющих» (когда отсылка к источнику происходит без его искажения) и «трансформирующих».

Одному из авторов данной статьи приходилось ранее писать об аллюзии в заголовочном комплексе СМИ, специально подчеркивая прагматические характеристики этого выразительного приема: «При выборе источника аллюзии адресант должен ориентироваться на фоновые знания предполагаемого читателя. Неслучайно самым распространенным источником аллюзий являются классические произведения художественной литературы, кинематографа, фольклора, которые легко распознаются массовым адресатом независимо от возраста и культурного уровня» [4, с. 260]. Указанное соображение должно учитываться при анализе оценочной составляющей аллюзии: наиболее показательным с точки зрения отражения системы ценностей адресанта будет та часть источникового материала, которая выходит за пределы обозначенной универсальной базы аллюзий.

Немногочисленны и исследования аксиологического аспекта аллюзии. Так, в небольшой по объему публикации А. С. Шмарыгиной и Ю. М. Фокиной справедливо отмечается, что аллюзия «может быть использована для передачи определенных ценностных ориентаций или мировоззренческих установок» [18, с. 81], однако этот тезис остается на периферии внимания исследователей. Т. В. Марченко справедливо указывает на «интерпретативную функцию» содержащих аллюзии аналитических материалов медиа [8, с. 603].

По утверждению Н. Д. Белоножки, «оценочная функция является основной функцией аллюзии-приема» [1, с. 337]; автор отмечает активное применение аллюзии как средства гиперболизированной положительной и завуалированной отрицательной оценки. При этом сам механизм аллюзивного оценивания не получает в работах данного исследователя сколько-нибудь подробного объяснения.

С учетом сказанного перед нами встал ряд вопросов:

<sup>1</sup> По мнению Г. Г. Слышкина, прецедентный текст становится прецедентным именно потому, что обладает ценностной значимостью для определенной культурной группы [14, с. 28].

– Как осуществляется трансляция системы ценностей в медиатексте при использовании аллюзии?

– Какие типы аллюзий (с точки зрения исходного материала и приемов его интерпретации) обладают максимальным аксиологическим потенциалом?

– Существует ли заметная разница между оцениваемыми аллюзиями, применяемыми в СМИ различной идейной направленности?

### Материалы и методы исследования

Материалом исследования послужили аллюзивные заголовки в газетах «Завтра» и «Коммерсант» за 2023 г.

Методы исследования: аксиологический, коммуникативно-прагматический и стилистический анализ текста.

### Результаты исследования и их обсуждение

#### *Анализ аллюзивных заголовков газеты «Завтра»*

В течение 2023 г. в газете «Завтра» появилось не менее 70 заголовков, содержащих аллюзии. Среди них количественно преобладают воспроизведенные без изменения или обыгранные устойчивые конструкции — фразеологизмы и коллокации: *Молочные реки, кисельные берега*<sup>2</sup>; *Японский бог*; *«Яблоко» раздора*; *Китай подкрался незаметно* и *Хусит подкрался незаметно* (ср.: «Песец подкрался незаметно»); *Медный таз* (ср.: «Накрыться медным тазом»); *Альянсы не поют романсы* (ср.: «Финансы поют романсы») и др.

Как мы видим, базу аллюзии составляют главным образом разговорные и просторечные выражения, среди которых лишь одно — *Молочные реки, кисельные берега* — имеет отчетливый национальный колорит. Авторы заголовков явно ориентируются не на русскую традиционную, а на современную коммуникационную культуру, исходят из представления об аттрактивности грубовато-ироничных высказываний, типичных для фамильярного общения.

Вторыми по численности оказываются отсылки к русской и советской литературе: *Слон и пещика* (ср.: «Слон и моська». И. А. Крылов); *«Иных» уж нет* (ср.: Иных уж нет, а те далече, / Как Сади некогда сказал. — А. С. Пушкин); *Разбитое ко-*

<sup>2</sup> Здесь и далее в примерах не указывается номер газеты, поскольку на сайтах обоих изданий в открытом доступе имеется архив с функцией поиска: <https://zavtra.ru/search>; <https://www.kommersant.ru/archive/publishing/1>

*рыто* (ср.: «На пороге сидит его старуха, А перед нею разбитое корыто». — А. С. Пушкин); *Мятежи и казни* (ср.: «Начало славных дней Петра / Мрачили мятежи и казни». — А. С. Пушкин); *Сколько их! Куда их гонят?* (ср.: «Сколько их! куда их гонят? / Что так жалобно поют?» — А. С. Пушкин); *На небесах печальная Луна* (ср.: «На небесах печальная луна / Встречается с веселою зарею...» — А. С. Пушкин); *Русский писатель в минуты роковые* (ср.: «Блажен, кто посетил сей мир / В его минуты роковые!» — Ф. И. Тютчев); *Артист и Гражданин* (ср.: «Поэт и гражданин». Н. А. Некрасов); *Надо сопрягать* (ср.: «Да, сопрягать надо, сопрягать надо!» — с внутренним восторгом повторил себе Пьер... Л. Н. Толстой); *Парижских улиц ад* (ср.: «Мы помним всё — парижских улиц ад, / И венецьянские прохлады...» — А. А. Блок).

Аксиологически значимым следует признать многократное цитирование А. С. Пушкина, традиционно воспринимаемого общественностью в качестве символа русской культуры. Остальные писатели, с чьими произведениями устанавливаются интертекстуальные связи, также входят в школьную программу и известны — хотя бы на уровне имен и названий основных произведений — максимально широкому кругу читателей.

Единственное исключение — отсылка в заголовке «Для кого-то Русь свята» к стихотворению В. Истомина — автора большого числа патриотических сочинений:

Для кого-то Русь Святая —  
То не громкие слова!  
Ты, от края и до края!  
Закружится голова...

Данный пример представляется нам весьма показательным. Ранее мы высказали предположение об особой релевантности неканонических источников аллюзии. Именно расчет на узнаваемость общеизвестных исходных текстов отличает «аллюзивную политику» каждого конкретного издания. При этом обращение к значительному, но знакомому относительно узкому кругу читателей пласту современной патриотической поэзии никак нельзя назвать типичным для заголовков газеты «Завтра». Судя по всему, маркетинговые соображения в этом случае превалируют над идеологическими: автор заголовка — а это в сегодняшней журналистике не всегда тот, кем написан основной текст статьи, — предпочитает привлечь не только единомышленников, но и максимально широкую аудиторию.

Нередко встречаются в газете «Завтра» и аллюзии к отечественному кинематографу: *Никто не хотел умирать*; «*Вызываю огонь на себя!*» (ср.: «Вызываем огонь на себя»); *Достояние империи* (ср.: «Достояние республики»); *Интермальчики ИФ РАН* (ср.: «Интердевочка»); *Трест лопнул* (ср.: «Трест, который лопнул»); *Гардемарины, зачем?!* (ср.: «Гардемарины, вперед!»); *Кина не будет? Ютуба тоже? С кого взять и кому дать денег* (ср.: «Всё, кина не будет, электричество кончилось» — «Джентльмены удачи»).

Обращение к зарубежным литературе и кинематографу происходит значительно реже: *Пролетая над гнездом орлана* (ср.: «Пролетая над гнездом кукушки»); *Осень гегемона* (ср.: «Осень патриарха»); *Однажды в Африке* (ср.: «Однажды в Америке»); *Охотники за смыслами* (ср.: «Охотники за головами»); *Из Африки с любовью* (ср.: «Из России с любовью»).

Следует специально отметить немногочисленные библейские аллюзии: *Проханов ковчег* (ср.: Ноев ковчег — Ветхий Завет); *Пророк в своём отечестве* (ср.: «Нет пророка в отечестве своем» — Евангелие); *Всадники Апокалипсиса* (ср.: «Четыре всадника Апокалипсиса» — Новый Завет). Обращения к Священному Писанию вполне ожидаемы в издании, позиционирующем себя как национально-патриотическое. Однако используется данный прием нечасто, два из трех примеров могут быть интерпретированы и как аллюзии к фразеологизмам [2, с. 489; 9, с. 275].

Количественное преобладание заголовков, содержащих отсылки к отечественным, а не иностранным книгам и фильмам, вряд ли может расцениваться исключительно как проявление патриотической позиции издания. Аттрактивность аллюзии напрямую зависит от опознаваемости исходного явления. Массовой же российской аудитории, безусловно, лучше знакомы входящие в школьную программу произведения А. С. Пушкина, И. А. Крылова, Н. А. Некрасова и А. А. Блока, а также советские кинокартины, чем книги зарубежных писателей и голливудский кинематограф.

#### **Анализ аллюзивных заголовков газеты «Коммерсантъ»**

В издании «Коммерсантъ» за 2023 г. прием аллюзии широко используется в заголовках, в которых происходит трансформация устойчивых словосочетаний и речевых клише: «Паспортный стоп»; «Инициатива предсказуема», «Пилуля преткновения» и др. Выявить аксиологическую составляющую подобных аллюзий достаточно

сложно. По этой причине такие заголовки в данном исследовании не рассматривались. Материалом для анализа послужили 106 заголовков.

Как было отмечено ранее, выбор источника аллюзии является аксиологически значимым как с точки зрения репрезентации ценностей адресанта, так и с точки зрения ориентации на ценности адресата.

В исследуемом материале можно выделить три типа источников, аллюзии к которым наиболее многочисленны. Самой многочисленной группой являются аллюзии к различным текстам советского периода (40 %). Хронологический фактор при анализе аллюзивных заголовков важен по двум причинам. Во-первых, как известно, советский период отличается от «постсоветского» принципиально иной идеологией, которая влияла на культурный контекст и, как следствие, на аксиологические установки социума. Во-вторых, такие заголовки ориентированы на адресата, хорошо знакомого с реалиями данного периода, поскольку «содержащий аллюзию массмедийный текст помимо буквального смысла имеет второй план, побуждающий читателя обратиться к тем или иным знаниям, воспоминаниям и ассоциациям» [16, с. 17].

Важно отметить, что значительную часть прецедентных текстов данной группы составляют произведения, которые в СССР считались идеологически, а значит, и аксиологически значимыми. Во-первых, это аллюзии к работам и известным высказываниям В. И. Ленина и И. В. Сталина и др.: *Декабристы разбудили Ельцина* (ср.: «Декабристы разбудили Герцена» — В. И. Ленин); *Плюс электрификация четверти авторынка* (ср.: «Коммунизм — это Советская власть плюс электрификация всей страны» — В. И. Ленин); *Курсовые колебания от успехов* («Головокружение от успехов». И. В. Сталин); *«Дочь» за «мать» отвечает* (ср.: «Сын за отца не отвечает» — И. В. Сталин).

Во-вторых, это аллюзии к лозунгам советского времени: *Планы хартии — планы народа* (ср.: «Планы партии — планы народа!»); *Мир-Рим-рай* (ср.: «Мир! Труд! Май!»); *Электронная власть евразийским комиссарам* (ср.: «Вся власть Советам!»).

В-третьих, это аллюзии к идеологически значимым текстам песен (революционных, патристических и др.): *Эту песню запекает Росмолодежь* (ср.: «Эту песню запекает молодежь!» — Гимн демократической молодежи мира); *Визы враждебные веют над нами* (ср.: «Вихри враждебные веют над нами...» — Варшавянка).

Аллюзивная трансформация источников в большей части случаев направлена на понижение аксиологического статуса прецедентного текста. «Пародирование, вышучивание, травестирование официальной фразеологии, лозунгов, призывов, всем известных цитат, названий марксистско-ленинских статей и книг — одно из самых частых средств выразительности в современной публицистике. Текст сугубо официальный, идеологически нагруженный, известный всем деформируется вставкой элементов иных тематических пластов, иной идеологической ориентации и помещенный в чуждый ему идеологический контекст приобретает пародийное звучание» [5, с. 24].

«Игра на аксиологическое понижение» статуса текста достигается при помощи различных приемов. Например, безусловная положительная оценочность источника может меняться на отрицательную: *Броня крепка, но танки наши слились* (ср.: «Броня крепка, и танки наши быстры...»); *Молодым везде у нас дорожке* (ср.: «Молодым везде у нас дорога...»).

Кроме того, аллюзивные заголовки могут приобретать ярко выраженную ироническую коннотацию, которая достигается за счет парадоксальной сочетаемости: *И Ленин такой цифровой* (ср.: «...И Ленин такой молодой...»); *Заправлены в конфеты космические карты?* (ср.: «Заправлены в планшеты космические карты...»); *А вместо сердца пламенный ремонт* (ср.: «...А вместо сердца пламенный мотор...»).

Следует отметить, что такая аксиологическая «игра на понижение» за счет парадоксальной сочетаемости наблюдается также в отношении прецедентных библейских текстов: *МИР вашему контенту* (ср.: «Мир дому сему» — Евангелие); *Каждой твари по системе* (ср.: «Всякой твари по паре» — Ветхий Завет). Это свидетельствует о том, что такая аксиологическая «девальвация» источника не связана с идеологической и культурной спецификой прецедентного текста. Здесь аллюзия создает своего рода оценочный контраст: чем выше значимость прецедентного текста для социума, тем заметнее его пародийная трансформация в заголовке. В данном случае это, скорее, эффективный способ повышения аттрактивности заголовка, нежели отражение идеологических и культурных предпочтений издания.

В качестве текстов-источников, ассоциированных с «советским» периодом, могут выступать также тексты популярных песен (лирических, детских и др.): *Российской тыквы негасимый*

свет (ср.: «Московских окон негасимый свет...»); *Не возлетается любя* (ср.: «Не отрекаются, любя...»); *Если с Думой вышел в путь* (ср.: «Если с другом вышел в путь...»); названия кинофильмов: *Это сладкое слово — несвобода* (ср.: «Это сладкое слово — свобода»); *Тегеран-23* («Тегеран-43»); *Зеркало для героинь* («Зеркало для героя»).

Вторую по численности группу источников аллюзии можно считать традиционной: это пословицы и поговорки (более 20 %). Примечательно, что для аллюзивных заголовков используются преимущественно пословицы и поговорки с отрицательной оценочностью, которая сохраняется при аллюзивной трансформации: *Нефть застыла в проводах* (ср.: «Кровь застыла в жилах»); *Делу Falcon срок не писан* (Дуракам закон не писан), *Кто в лес, кто в прокуратуру* (Кто в лес, кто по дрова); *И смех, и крах* (И смех, и грех); *Единое пособие разводам не верит* (Москва слезам не верит) и др. В отличие от первой группы, аллюзивный характер этих заголовков очевиден для массового адресата благодаря узнаваемости прецедентного текста. Вне зависимости от способа трансформации исходного материала «заданная» оценочность источника переносится читателем на аллюзивный заголовок, и массовый адресат получает представление об оценочности текста публикации уже на этапе прочтения названия.

Заголовки, в которых прецедентными текстами являются литературные произведения, составляют 18 %. Половина примеров — это заголовки, в которых источниками аллюзии выступают известные тексты русской классической литературы: *И празднословный, и «Лукавый»* (А. С. Пушкин «Пророк»); *Милость к выпавшим* (ср.: «Милость к падшим...» — А. С. Пушкин); *Как наше ДВЗЯИ отзовется* (ср.: «Нам не дано предугадать / Как слово наше отзовется...» — Ф. И. Тютчев), *Шип отечества* (ср.: «И дым отечества нам сладок и приятен...» — А. С. Грибоедов); *Революционный держите шок* (ср.: «Революционный держите шаг...» — А. А. Блок) и др.

Обратим внимание на то, что в газете «Завтра» прецедентные тексты русской классической литературы в заголовках либо подвергаются минимальной трансформации, либо используются без изменений как цитаты. В газете «Коммерсантъ» легко узнаваемые читателем прецедентные цитаты в аллюзивных заголовках трансформируются путем замены ключевого слова иной по семантике и стилистике лексемой: *к падшим — к выпав-*

*шим; слово — ДВЗЯИ; дым — шип; шаг — шок* и др. Такие замены не только придают новые смыслы высказыванию, но и, как правило, снижают пафос прецедентного текста.

Как было отмечено ранее, своеобразным маркером аксиологической ориентированности медиаисточника являются аллюзии к не самым известным прецедентным текстам. В газете «Коммерсантъ» это аллюзии к текстам И. А. Бродского: *Не выходя из комнаты...* (ср.: «Не выходи из комнаты»); Б. Л. Пастернака: *И дольше «Канта» длился день* (ср.: «И дольше века длится день...»), раннего В. В. Маяковского: *Радость корчится безъязыкая* (ср.: «Улица корчится безъязыкая...») и др.

В аллюзивных заголовках в качестве прецедентного текста неоднократно используются также цитаты из романа И. Ильфа и Е. Петрова «Двенадцать стульев». Причем такие заголовки являются чаще всего аллюзией к высказываниям главного героя романа Остапа Бендера: *Почем киловатт-час для народа* (ср.: «Почем опиум для народа?»); *Незапад нам поможет* (ср.: «Заграница нам поможет!»); *С реагентами лед тронулся* (ср.: «Лед тронулся, господа присяжные заседатели!»); *Торг здесь неконкурентен* (ср.: «Торг здесь неуместен!»). В таких случаях ироническая коннотация прецедентного текста «по умолчанию» экстраполируется на аллюзивный заголовок.

Заголовки, содержащие отсылки к иностранным книгам и фильмам, в газете «Коммерсантъ», как и в газете «Завтра», весьма немногочисленны: четыре случая аллюзии к фильмам: *Скворечник на миллион* (ср.: «Малышка на миллион»); *Блеф на продажу* (ср.: «Всё на продажу»); *Бездомные тоже платят* (ср.: «Богатые тоже плачут»); *Шатдаун звонит дважды* (ср.: «Почтальон звонит дважды»), и два — к литературным источникам, причем не самым известным: *Ловушка для одинокого Хэ Фэя* (ср.: «Ловушка для одинокого мужчины» — пьеса Р. Тома); *Гордость и переубеждение* (ср.: «Гордость и предубеждение» — роман Дж. Остин). Такое соотношение русских и зарубежных источников аллюзивных заголовков в изданиях разной направленности подтверждает высказанное выше предположение о том, что в этом случае выбор источника аллюзии определяется его узнаваемостью.

Заголовки, включающие аллюзии к другим прецедентным текстам, представлены единичными примерами, поэтому не включаются в материал для анализа.

### Заключение

Анализ аллюзивных заголовков в газетах «Завтра» и «Коммерсантъ» позволил выявить различия в аксиологических установках не совпадающих по идеологической направленности изданий.

В газете «Завтра» основными источниками для аллюзивных заголовков являются легко узнаваемые тексты: современные грубовато-ироничные высказывания, характерные для фамильярного общения, и известные произведения русской классической литературы. В заголовках прецедентные тексты либо используются без изменений, либо подвергаются минимальной трансформации. Интерпретация таких аллюзивных заголовков не требует от адресата дополнительных когнитивных усилий, поскольку аксиологический статус исходного текста и его оценочные коннотации в заголовке не изменяются. Всё это позволяет сделать вывод о том, что в данном медиаисточнике аллюзивные заголовки прежде всего служат средством привлечения внимания максимально широкого массового адресата.

В газете «Коммерсантъ» выбор прецедентных текстов для аллюзивных заголовков отличается большим разнообразием (прецедентные тексты, ассоциированные с советскими реалиями, не самые известные литературные источники и др.). Аллюзия в заголовках данного издания реали-

зуется как языковая игра: прецедентные тексты подвергаются существенной трансформации посредством целого ряда приемов. При этом в абсолютном большинстве случаев аллюзия в заголовках данного издания реализуется как «игра на понижение» независимо от характера прецедентного текста (снижение аксиологического статуса прецедентного текста; экстраполяция оценочной коннотации прецедентного текста на аллюзивный заголовок и др.). Аттрактивность таких заголовков зависит от способности читателя, во-первых, опознать прецедентный текст, во-вторых, понять смысл аллюзивного текста, в-третьих, соотнести аксиологические (оценочные) параметры текста-источника и аллюзивного заголовка. Это позволяет говорить о том, что аллюзивные заголовки в газете «Коммерсантъ» ориентированы не столько на массового читателя, сколько на адресата, обладающего определенными фоновыми знаниями.

Таким образом, в аллюзивных заголовках различных по идейной направленности изданий аксиологические установки реализуются через отбор прецедентных текстов, степень и способы их трансформации, что в конечном счете позволяет моделировать образ предполагаемого адресата как реципиента обозначенных ценностей и оценок.

### Список источников

1. Белоножко Н. Д. Аллюзия отрицательной оценки // Преподаватель XXI век. 2013. № 1–2. С. 337–343.
2. Большой фразеологический словарь русского языка. Значение. Употребление. Культурологический комментарий / отв. Ред. В. Н. Телия. М. : АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2006. 784 с.
3. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы. 2-е изд., испр., перераб. и доп. / Пер. с нем. Харьков : Гуманитарный центр, А. В. Коченгин, О. А. Шипилова, 2016. 268 с.
4. Воронцова Т. А. Прагматическая эффективность аллюзивного заголовка в медиатексте // Медиалингвистика : материалы V международной научной конференции. Вып. 8. СПб. : Медиапапир, 2021. С. 258–261.
5. Земская Е. А. Клише новояза и цитация в языке постсоветского общества // Вопросы языкознания. 1996. № 3. С. 23–31.
6. Ковтун И. Н., Макаренко Л. В. Роль аллюзии в публицистических текстах // Гуманитарная парадигма. 2020. № 2 (13). С. 84–91.
7. Лазарева Э. А. Заголовок в газете. Свердловск : Изд-во Урал. ун-та, 1989. 94 с.
8. Марченко Т. В. Аллюзии и цитаты как средства реализации интерпретационной функции масс-медиа // Гуманитарные и социальные науки. 2014. № 2. С. 600–603.
9. Михельсон М. И. Ходячие и меткие слова : сборник русских и иностранных цитат, пословиц, поговорок, пословичных выражений и отдельных слов (иносказаний). М. : Терра, 1994. 616 с.
10. Негрышев А. А. Прагматика новостного газетного заголовка: механизмы преобразования информации в системе заголовков—текст // Вестник Московского университета. Сер. 9. Филология. 2006. № 1. С. 97–109.
11. Онищенко О. В. Функционирование аллюзий, реминисценций и прецедентных феноменов в тек-

стах русскоязычных СМИ // Вестник Таганрогского государственного педагогического института. 2010. № S2. С. 58–64.

12. Отечественная теория медиа: основные понятия : словарь / под ред. Е. Л. Вартановой. М. : Фак. журн. МГУ, Изд-во Моск. ун-та, 2019. 246 с.

13. Славкин В. В. Заголовок в современном газетном тексте // Журналистика и культура русской речи. 2002. № 1. С. 40–49.

14. Слышкин Г. Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. М. : Academia, 2000. 128 с.

15. Тertychnyj A. A. Заголовок — слово главное // Журналист. 2004. № 1. С. 80–82.

16. Чемезова И. А. Прецедентная модель языковой игры в газетном заголовке : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2008. 24 с.

17. Хлопянов А. В. Аллюзия как средство создания языковой игры в современных СМИ // Русский язык: история, диалекты, современность (выпуск XV). М. : Московский государственный областной университет, 2016. С. 278–284.

18. Шмарыгина А. С., Фокина Ю. М. Аксиологический аспект аллюзий в рекламном дискурсе // Креативная лингвистика : сборник научных статей. Астрахань : Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева, 2023. С. 80–84.

## References

1. Belonozhko ND. The allusion of negative assessment. *Prepodavatel' XXI vek*. 2013;(1-2):337-343. (In Russ.).

2. Bol'shoj frazeologicheskij slovar' russkogo yazyka. Znachenie. Upotreblenie. Kul'turologicheskij kommentarij = Large phraseological dictionary of Russian language. Meaning. Use. Cultural commentary. Moscow; 2006. 784 p. (In Russ.).

3. Vinterhoff-Shpurk P. Mediapsihologiya. Osnovnye principy = Media psychology. Basic principles. Har'kov; 2016. 268 p. (In Russ.).

4. Voroncova TA. The pragmatic effectiveness of an allusive title in a media text. In: *Medialingvistika. Materialy V mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii*. St. Petersburg; 2021. Issue 8. Pp. 258–261. (In Russ.).

5. Zemskaya EA. Newspeak cliches and citation in the language of post-Soviet Society. *Voprosy yazykoznanija*. 1996;(3):23-31. (In Russ.).

6. Kovtun IN, Makarenko LV. The role of allusion in journalistic texts. *Gumanitarnaya paradigma*. 2020;(2):84-91. (In Russ.).

7. Lazareva EA. Zagolovok v gazete = The headline in newspaper. Sverdlovsk; 1989. 94 p. (In Russ.).

8. Marchenko TV. Allusions and quotations as a means of realizing the interpretative function of mass media. *Gumanitarnye i social'nye nauki*. 2014;(2):600-603. (In Russ.).

9. Mihel'son MI. Hodyachie i metkie slova: Sbornik russkih i inostrannyh citat, poslovic, pogovorok, poslovichnyh vyrazhenij i otdel'nyh slov (inoskazanij) = Winged and apt words: A collection of Russian and foreign quotations, proverbs, sayings, proverbial expressions and individual words (allegories). Moscow; 1994. 616 p. (In Russ.).

10. Negryshev AA. Pragmatics of a news newspaper headline: mechanisms of information transformation in the headline-text system. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 9. Filologiya*. 2006;(1):97-109. (In Russ.).

11. Onishchenko OV. Functioning of allusions, reminiscences and precedent phenomena in the texts of Russian-language media. *Vestnik Taganrogsckogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo instituta*. 2010;(S2):58-64. (In Russ.).

12. Otechestvennaya teoriya media: osnovnye ponyatiya. Slovar' / pod red. EL. Vartanovoj = Russian media theory: basic concepts. Dictionary. Ed. by EL Vartanova. Moscow; 2019. 246 p. (In Russ.).

13. Slavkin VV. The headline in a modern newspaper text. *Zhurnalistika i kul'tura russkoj rechi*. 2002;(1):40-49. (In Russ.).

14. Slyshkin GG. Ot teksta k simvolu: lingvokul'turnye koncepty precedentnyh tekstov v soznanii i diskurse = From text to symbol: linguistic and cultural concepts of precedent texts in consciousness and discourse. Moscow; 2000. 128 p. (In Russ.).

15. Tertychnyj AA. The title is the main word. *Zhurnalist*. 2004;(1):80-82. (In Russ.).

16. Chemezova IA. Precedentnaya model' yazykovoj igry v gazetnom zagolovke = The precedent model of the language game in the newspaper headline. Thesis Abstract. Yekaterinburg; 2008. 24 p. (In Russ.).

17. Hlop'yanov AV. Allusion as a means of creating language game in modern media. In: Russkij yazyk: istoriya, dialekty, sovremennost' (vypusk XV)). Moscow; 2016. Pp. 278–284. (In Russ.).

18. Shmarygina AS, Fokina YuM. The axiological aspect of allusions in advertising discourse. In: Kreativnaya lingvistika. Sbornik nauchnyh statej. Astrakhan; 2023. Pp. 80–84. (In Russ.).

### Информация об авторах

**Е. Н. Басовская** — доктор филологических наук, доцент, заведующий кафедрой медиаречи.

**Т. А. Воронцова** — доктор филологических наук, профессор кафедры теоретического и прикладного языкознания.

### Information about the authors

**E. N. Basovskaya** — Doctor of Philological Sciences, Professor, Head of Department of Media Speech.

**T. A. Vorontsova** — Doctor of Philological Sciences, Professor of Department of Theoretical and Applied Linguistics.

---

*Статья поступила в редакцию 21.01.2024; одобрена после рецензирования 23.02.2024; принята к публикации 21.04.2024.*

*The article was submitted 21.01.2024; approved after reviewing 23.02.2024; accepted for publication 21.04.2024.*

Вклад авторов: оба автора сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflicts of interests.

Научная статья

УДК 81

doi: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-85-92

## НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС В СМИ: АКТУАЛИЗАЦИЯ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ЗНАНИЙ В МАССМЕДИА

Татьяна Александровна Воронцова

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, voron500@yandex.ru, 0000-0001-7370-8809

**Аннотация.** Рассматривается специфика функционирования научно-популярного лингвистического дискурса в массовых СМИ. Для массмедиа научно-популярный контент не является обязательным. Основная задача массовых СМИ — это сообщение адресату актуальной информации. Функционирование научно-популярного лингвистического дискурса в медиаисточниках данного типа обусловлено рядом факторов, которые делают научную информацию актуальной для массового адресата. На основании анализа трех печатных СМИ (газет «Аргументы и факты», «Известия» и «Коммерсантъ») выявлены три фактора актуализации научного лингвистического знания: 1) интеллектуальный; 2) прагматический; 3) информационно-развлекательный. Научно-популярный лингвистический дискурс, актуальность которого обусловлена интеллектуальным фактором, помогает читателю осмыслить актуальные факты и события. Лингвистическая информация в этом случае может быть представлена в разном объеме и репрезентироваться разными способами. Но при этом научно-популярный лингвистический дискурс не является самостоятельным, он представлен в контексте события, актуального для читателя. При помощи научного знания массовый адресат получает возможность критически оценить данное событие. Научно-популярный лингвистический дискурс, актуальность которого обусловлена прагматическим фактором, может быть использован адресатом в практической речевой деятельности. Это материалы о нормативном употреблении отдельных единиц русского литературного языка и статьи о правилах речевого взаимодействия. Актуальность научно-популярного лингвистического дискурса может быть обусловлена информационно-развлекательным фактором: читатель как пользователь языка проявляет интерес к отдельным языковым явлениям. На основании тематического анализа выделены сферы лингвистического знания, которые представляют наибольший интерес для массового адресата: 1) история слов и фразеологизмов; 2) лексическое значение устаревших и новых слов (неологизмов); 3) употребление имен собственных. Как показал анализ, научно-популярный лингвистический дискурс в массовых СМИ подчинен основному принципу формирования контента — принципу актуальности. Коммуникативная, жанровая и стилевая специфика, а также способ репрезентации лингвистической информации определяются интеллектуальным, прагматическим или информационно-развлекательным фактором актуализации данного дискурса.

**Ключевые слова:** научно-популярный лингвистический дискурс, массовые СМИ, массовый адресат, факторы актуализации

**Для цитирования:** Воронцова Т. А. Научно-популярный лингвистический дискурс в СМИ: актуализация лингвистических знаний в массмедиа // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 5 (487). С. 85–92. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-85-92.

Original article

## POPULAR SCIENCE LINGUISTIC DISCOURSE IN MASS MEDIA: UPDATING LINGUISTIC KNOWLEDGE

Tatyana A. Vorontsova

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, voron500@yandex.ru, 0000-0001-7370-8809

**Abstract.** The article deals with the specifics of functioning of popular scientific linguistic discourse in mass media. Popular science content is not mandatory for mass media. The main task of mass media is to communicate relevant information to the addressee. The functioning of popular scientific linguistic discourse in media sources of this type

is conditioned by a number of factors that make scientific information relevant to the mass addressee. Based on the analysis of three print media (the newspapers Argumenty i Fakty, Izvestia and Kommersant) three factors of actualization of scientific linguistic knowledge have been revealed: 1) intellectual; 2) pragmatic; 3) informational and entertaining. The popular scientific linguistic discourse, the actualization of which is conditioned by the intellectual factor, helps the reader to comprehend actual facts and events. Linguistic information in this case can be presented in different amounts and represented in different ways. But at the same time popular scientific linguistic discourse is not independent, it is presented in the context of an event relevant to the reader. With the help of scientific knowledge, the mass addressee gets an opportunity to critically evaluate this event. Popular scientific linguistic discourse, the relevance of which is conditioned by the pragmatic factor, can be used by the addressee in practical speech activity. These are materials about the normative use of individual units of the Russian literary language and articles about the rules of speech interaction. The relevance of popular scientific linguistic discourse can be conditioned by the informational-entertainment factor: the reader as a language user shows interest in certain linguistic phenomena. On the basis of thematic analysis, the spheres of linguistic knowledge which are of the greatest interest to the mass addressee are singled out: 1) history of words and phraseologisms; 2) lexical meaning of obsolete and new words (neologisms); 3) the use of proper names. As the analysis has shown, popular scientific linguistic discourse in mass media is subordinated to the main principle of content formation — the principle of relevance. Communicative, genre and style specificity, as well as the way of representation of linguistic information are determined by the intellectual, pragmatic or informational and entertaining factors of actualization of this discourse.

**Keywords:** popular scientific linguistic discourse, mass media, mass addressee, actualization factors

**For citation:** Vorontsova TA. Popular Science Linguistic Discourse in Mass Media: Updating Linguistic Knowledge. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2024;5(487):85-92. (In Russ.). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-85-92.

## Введение

### Постановка проблемы

В условиях информационной перенасыщенности популяризация научного знания является важной социальной проблемой. Одним из важнейших источников широкого распространения научного знания, по мнению социологов, являются СМИ [9; 11; 12 и др.].

При этом необходимо учитывать, что с точки зрения презентации научного знания СМИ могут быть разделены на два типа: специальные научно-популярные издания и массовые СМИ, в которых научная информация представлена в одном ряду с политическим, экономическим, развлекательным и др. контентом. Репрезентация научного материала в таких изданиях существенно отличается по прагматическим и стилистическим параметрам. Научная информация составляет основной контент научно-популярных медиа. Специализированные научно-популярные издания ориентированы на подготовленного адресата: читатель обращается к узкоспециализированному или многопрофильному научно-популярному изданию только тогда, когда ему интересна научная проблематика в определенной области [2].

В свою очередь, адресат массовых СМИ изначально не ориентирован на получение нового научного знания, поэтому научно-популярный дискурс не является в этих источниках обязательным элементом и может быть представлен в разном

объеме в различных изданиях или не представлен совсем. В значительной степени это зависит от сферы научного знания. Язык — это основной инструмент коммуникации для всех членов социума. Именно поэтому лингвистический научный дискурс в той или иной степени представлен в массовых медиаисточниках. Важность изучения этого типа дискурса в массовых СМИ определяется тем, что тематика и формы репрезентации научного знания о языке в формате массмедиа являются как отражением, так и способом формирования национального языкового сознания [3]. Однако нам не удалось обнаружить ни одного исследования, где бы лингвистический научно-популярный дискурс в указанных медиаисточниках послужил объектом исследования. Следует отметить, что и научно-популярный лингвистический дискурс в целом недостаточно исследован в российском языкознании [4–7; 10; 13].

Поскольку приоритетный критерий формирования контента в массовых СМИ — актуальность информации, научно-популярная информация появляется в массовом медиаисточнике тогда, когда она становится актуальной для массового адресата. Цель данного исследования — определить, какие факторы обуславливают актуальность лингвистического научного знания для массового адресата и каким образом они влияют на специфику функционирования научно-популярного лингвистического дискурса.

## Материалы и методы

Таблица 1

Table 1

### Количественное соотношение лингвистических материалов в массовых СМИ Quantitative ratio of linguistic materials in mass media

| СМИ                     | 2022 | 2023 |
|-------------------------|------|------|
| Аргументы и факты (АиФ) | 22   | 60   |
| Известия                | 7    | 3    |
| Коммерсант              | 3    | 6    |
| Всего                   | 32   | 69   |

Эмпирической базой исследования послужил научно-популярный лингвистический контент, представленный в трех печатных изданиях, входящих в ТОП-10 федеральных российских газет по данным автоматической системы мониторинга и анализа СМИ и соцмедиа «Медиалогия» за 2022–2023 г. (<https://www.mlg.ru/ratings/media/federal>): «Известия», «Коммерсантъ» и «Аргументы и факты» (далее — «АиФ»). Поскольку эмпирическую базу составляют русскоязычные издания, объектом исследования являются материалы, включающие научно-популярную информацию в области русистики (русского языка).

Основными методами исследования являются коммуникативно-прагматический и жанрово-стилистический анализ.

### Результаты исследования и их обсуждение

На первый взгляд, в исследуемых изданиях лингвистическая тематика в той или иной степени представлена в заголовках. Между тем далеко не все материалы такого рода включают в себя научную информацию, которую можно рассматривать как научно-популярный дискурс. Например, статьи о поправках в Законе «О государственном языке», несмотря на заявленную в заголовке лингвистическую тематику, как правило, включают в себя изложение текста поправок и оценочный комментарий специалистов и неспециалистов. Ср.: *Правительство предложило защитить русский язык от иностранных слов* (Коммерсант, 26.10.2022); *Язык — норм: ошибки и англицизмы в речи начнут контролировать* (Известия, 16.02.2023). Анализ материала за 2022 г. показал, что в газете «Коммерсантъ» из 12 материалов, заголовки которых так или иначе указывают на языковую тематику, научно-популярную информацию содержат только три; в газете «Известия» из 16 — 7; в газете «АиФ» научно-популярная информация представлена в 22 текстах из 30. Тем не менее такие материалы лингвистической тематики значимы с точки зрения формирования массового языкового сознания, поскольку актуализируют события, связанные с языковыми проблемами, и привлекают к ним внимание массового адресата.

В сферу данного исследования входит только медиаконтент, полностью или фрагментарно включающий лингвистический научно-популярный дискурс. Количественное соотношение таких материалов в исследуемых медиаисточниках представлено в табл. 1.

Очевидно, что лингвистический научно-популярный контент наиболее широко и последовательно представлен только в газете «АиФ». В основном это небольшие по объему заметки, освещающие конкретную лингвистическую проблему. В двух других медиаисточниках лингвистический материал представлен в жанре статьи с элементами интервью.

Лингвистический научно-популярный дискурс может представлять собой самостоятельный материал и может включаться в медиатексты в качестве комментария, пояснения, иллюстрации.

Как было указано ранее, ключевым фактором формирования контента в массмедиа является актуальность информации для массового адресата. В связи с этим возникает вопрос о том, в каких случаях лингвистическая научная информация становится актуальной, то есть значимой и своевременной для массового адресата.

В результате анализа материала мы выделили три фактора актуализации научно-популярной лингвистической информации в массовых СМИ: 1) интеллектуальный: научные знания позволяют адресату осмыслить какие-то актуальные факты и события; 2) прагматический: массовый адресат может использовать полученные знания в практической деятельности; 3) информационно-развлекательный: научная информация вызывает интерес и расширяет кругозор адресата.

Лингвистическая научная информация, актуальность которой обусловлена интеллектуальным фактором, призвана помочь читателю в осмыслении актуальных фактов и событий. Как правило, это события, так или иначе связанные с функционированием языка в социуме (например, законы о языке). Научная информация в этом случае используется для обоснования важности и целесообразности данных событий, то есть выполняет аргументирующую функцию. При этом способы репрезентации научного знания могут

быть различны. Во-первых, научно-популярный дискурс может составлять основное содержание статьи, в которой дается последовательное изложение лингвистической информации, однако этому предшествует отсылка к актуальному факту. Например, статья «От греческой иконы до американского кэшбэка» начинается следующим образом: «На прошлой неделе президент РФ Владимир Путин подписал закон, запрещающий использование иностранных слов в речи чиновников и официальных документах (Коммерсантъ, 08.03.2023). При этом в статье последовательно излагается история заимствований в русском языке, начиная с древнерусского периода и заканчивая современностью. В данном случае лингвистический дискурс напрямую никак не связан с событием. Читатель должен сам соотнести событие (закон о запрещении использования иностранных слов) и полученные знания и сделать соответствующие выводы.

Во-вторых, лингвистическая научная информация может быть непосредственно связана с событием и представляет собой комментарий экспертов-лингвистов (одного или нескольких) по этому поводу. В этом случае лингвистические знания могут быть даны фрагментарно. Такой способ репрезентации лингвистической научной информации представлен в материале о создании Национального словарного фонда — государственного интернет-портала с «информацией о языковых нормах» «Фонд национального словарного благосостояния» (Коммерсантъ, 11.07.2023). Материал представляет собой серию мини-интервью с разработчиками проекта — известными авторитетными лингвистами, каждый из которых, обосновывая целесообразность и важность проекта, сообщает научную информацию о языковой норме, ее специфике и истории.

Ср.: **Доктор филологических наук, первый зампред Комиссии по развитию высшего образования и науки Общественной палаты РФ Максим Кронгауз**: «...**Жесткая унификация нормы** — “как было в советских словарях для дикторов, даже когда литературная норма допускает варианты”, — обедняет язык. ...**Очень важная работа** — выделить список помет (краткие обозначения в словарях, чаще всего указывают на стилистическую принадлежность слова. — “Б”)»...

**Доктор филологических наук, заведующая кафедрой древних и новых языков Сретенской духовной академии Лариса Маршова**: «...**Сама норма очень изменчива и пластична... Кодифи-**

**кация** всегда отстаёт от реальной языковой нормы — того, как говорит большинство ... Несмотря на все попытки специалистов зафиксировать определенный стандарт, языковая норма всё равно развивается автономно. Поэтому нельзя провести границу между **кодифицированной и некодифицированной нормой**».

**Главный научный сотрудник Института русского языка имени Виноградова Мария Каленчук**: «В середине XX века **вариантность** не приветствовалась, но сейчас мы считаем, что норма — это в том числе и выбор... Между словарями может быть разницей»...

Как видим, несмотря на то, что, на первый взгляд, лингвистические знания представлены фрагментарно (в высказываниях разных экспертов научная информация не дублируется), читатель получает относительно полное представление о специфике языковой нормы. Важно отметить, что эксперты используют лингвистические термины без дефиниций и без объяснений. Независимо от объема и способа представления научной информации, научно-популярный лингвистический дискурс, обусловленный интеллектуальным фактором, не является самостоятельным, он встроен в событийный контекст. Научная информация помогает читателю понять и критически оценить целесообразность или нецелесообразность события.

Лингвистическая научная информация, актуальность которой обусловлена прагматическим фактором, позволяет адресату повысить эффективность использования русского языка как инструмента коммуникации. К такой информации можно отнести прежде всего материалы об употреблении тех или иных языковых единиц с точки зрения норм русского литературного языка. В газете «АиФ» за 2022–2023 гг. нормативному аспекту русского языка посвящено десять заметок. Справочный характер таких материалов репрезентируется на уровне заголовков, сформулированных как вопрос условного читателя: *Как правильно говорить: «на Донбассе» или «в Донбассе»? (АиФ, 19.08.22); Подпадать или попадать под мобилизацию — как сказать правильно? (АиФ, 01.10.22); Нужна ли запятая во фразе «Вкусно и точка»? (АиФ, 14.06.2022).* В большинстве случаев в качестве адресанта такого научно-популярного дискурса выступает конкретный журналист, но лингвистическая информация дается под подзаголовком «Ответ редакции», то есть репрезентантом научного знания является неспециалист, а достоверность научной инфор-

мации аргументируется отсылкой к словарям, литературным источникам, мнению лингвистов. В отдельных случаях вопрос заголовка дублируется в начале заметки в более развернутом виде, имитируя читательский запрос: **Как правильно: «в Кемерово» или «в Кемерове»?** Часто склоняют названия населённых пунктов, которые заканчиваются на «О». Например, «в Кемерове». Это разве не ошибка? (АиФ, 09.12.2022); **С какой буквы писать слово «губернатор»?** По новым правилам орфографии слово «Бог» будет писаться с большой буквы. А почему некоторые слова («правительство», «дума», «президент», «губернатор») пишут то с маленькой, то с большой? (АиФ, 02.06.2022). В этом случае лингвистическая информация дается под подзаголовком «Ответ эксперта» и в качестве репрезентанта научного знания выступает известный ученый-лингвист, то есть специалист. Прагматическая лингвистическая информация может представлять собой редакционные заметки о наиболее распространенных нарушениях языковой нормы. В заголовках таких заметок активно используются метафора, языковая игра и другие стилистические приемы, обеспечивающие аттрактивность заголовка. Ср.: **Коварная туфля. 12 ударений, которые ставят неправильно даже грамотные люди** (АиФ, 19.11.2023); **Туфля и тапка. Эти «обувные» слова многие пишут с ошибкой** (АиФ, 03.07.2022); **Подшофе с оливье. 9 новогодних слов, в которых чаще всего делают ошибки** (АиФ, 28.12.2023); **Поскользнуться на эспрессо. 10 слов, которые часто пишут с ошибками** (АиФ, 11.11.2023).

Для массового адресата прагматическую функцию выполняют также статьи, тематика которых связана с проблемами речевого взаимодействия. Публикации данной проблематики представлены в газете «Известия» (четыре статьи). Заголовки данных материалов реализуют как аттрактивную, так и информативную функцию. Первая часть заголовка представляет собой аллюзию к известным выражениям и выполняет функцию привлечения внимания читателя, во второй части представлена рассматриваемая в статье проблема. Ср.: **Хам себе враг: как удержаться от скандала в общественном месте** (Известия, 25.12.2022); **Ловец слов: как оценить характер человека по тексту сообщения** (Известия, 09.12.2023); **Йод вашу медь: как избавиться от привычки ругаться матом** (Известия, 09.12.2023); **Балансировать на брани: станет ли мат литературной нормой** (Известия, 13.10.2022). Прагматическая актуальность линг-

вистической научной информации для массового адресата обосновывается в лидер-абзаце: Ср.: **...По статистике 90 % россиян не умеют противостоять хамству. И если где-то в очереди, на улице или в общественном транспорте вспыхивает конфликт, люди не способны достойно выйти из ситуации. Одни боятся «трамвайного хама» и уходят униженными и оскорбленными, другие вяжутся в свару, но по неопытности проигрывают дуэль с грубияном. Как с наименьшими эмоциональными потерями разрядить обстановку и погасить конфликт ...** (Известия, 25.12.2022); **В современной жизни общение всё чаще сводится к переписке в мессенджерах. С помощью этого вида коммуникации люди проверяют домашнюю работу, проводят совещания и даже объясняются в любви. Что можно узнать о человеке из коротких посланий и какие правила следует соблюдать, чтобы не прослыть некультурным...** (Известия, 09.12.2023); **Со школьной скамьи люди знают, что русский язык богат и могуч, но когда дело доходит до сложной, конфликтной ситуации, то в ход идет преимущественно нецензурная лексика. Как достойно ответить грубияну, можно ли избавиться от привычки сквернословить и почему мат нуждается в защите...** (Известия, 29.10.2023). Если в публикациях, посвященных нормативному аспекту языка, научная информация верифицируется посредством кодифицирующих источников (словари, справочники), то достоверность научной информации о проблемах коммуникации для читателя не столь очевидна, поэтому авторитетность адресанта подчеркивается уже на уровне подзаголовка: **Эксперты объяснили, почему люди поддаются на провокации грубиянов.** (Известия, 25.12.2022); **Профессор филологии рассказала, какими словами заменить нецензурную лексику** (Известия, 29.10.2023); **Эксперты рассказали, почему люди обижаются на отсутствие смайликов** (Известия, 09.12.2023). Лингвистическая научная информация дается от имени специалиста как прямая или косвенная речь, поэтому языковые и стилевые параметры дискурса зависят от того, насколько адресант стремится адаптировать научную информацию для массового адресата. Так, например, некоторые термины используются без дефиниций, но параллельное использование общеупотребительных синонимов делает понятным данный термин для адресата. Ср.: **Общенная лексика встречается также в документах петровского времени. Но с XVIII века**

в процессе формирования русского литературного языка **мат** начинает жестко табуироваться как «непечатное слово», «нецензурная лексика» и вытесняется в область низовой культуры (Известия, 09.12.2023). Ряд терминов используются с дефиницией. При этом могут использоваться как явные дефиниции, так и комбинированные дефиниции, свойственные учебно-научному дискурсу [8, с. 85–90]. Ср.: ...**Эвфемизмы** — нейтральные слова или выражения, которыми заменяют грубую, неуместную или непристойную лексику (Известия, 09.12.2023), но: *Такая лексика изначально существовала, чтобы использовать ее только во время языческих обрядов. Поэтому она и называется табуированной, поскольку применять ее где-то кроме этих обрядов было неприлично и плохо* (Известия, 13.10.22).

Несмотря на то, что термины традиционно считаются основным маркером «научности» информации, «наличие термина в произведениях научно-популярного дискурса практически не способствует приобретению строго научных знаний (однако такой задачи и не ставится) и расширению научной картины мира» [1, с. 18]. Для научно-популярных текстов, имеющих для массового адресата прагматическую значимость, это замечание особенно справедливо, поскольку в этом случае для читателя неважно, как и что называется, для него важно, как можно использовать полученные знания на практике. В этом отношении научно-популярный лингвистический дискурс, обусловленный прагматическим фактором, функционально сближается с учебно-научным дискурсом.

Актуальность научно-популярного лингвистического дискурса может быть обусловлена интересом читателя к отдельным языковым явлениям (то есть информационно-развлекательным фактором). В газете «АиФ» за 2022–2023 гг. опубликовано более 40 заметок, которые можно отнести к информационно-развлекательному лингвистическому контенту<sup>1</sup>. В данных заметках лингвистический дискурс представлен как ответ редакции на вопрос читателей, который сформулирован в заголовке: *Почему мы говорим «3 года», но «5 лет»? (03.08.2023); Что означает выражение «подобру-поздорову»? (27.12.2022)* и др. Тематический анализ материала позволяет выделить те сферы лингвистического знания, которые представля-

<sup>1</sup> В других изданиях материалы такого рода единичны, поэтому анализ проводился на материале, представленном в газете «АиФ».

ют наибольший интерес для массового адресата: 1) история слов и фразеологизмов: *Откуда пошло выражение «заткнуть за пояс»? (05.03.2023); Что такое рожон, на который советуют не лезть? (27.02.2023);* 2) лексическое значение устаревших и новых слов (неологизмов): *Что такое неглиже? (02.08.2023); Кто такая савраска? (10.04.2023); Кто такие тоддлеры? (28.02.2023);* 3) употребление имен собственных: *Георгий, Егор, Юрий — одно имя или разные? (16.02.2023); Елена и Алёна — это одно имя или разные? (14.02.2023)*. Важно отметить, что в круг интересов условного читателя входит стилистически разнородный языковой материал. С одной стороны, это разговорные и просторечные слова и выражения: *Кто такие гонники и когда они появились? 27.02.2023; Кто такая шушера? (19.01.2023);* с другой — слова и выражения, которые относятся к книжной лексике или употребляются в художественной литературе: *Откуда пошло выражение «без купюр»? (30.07.22); Откуда пошло выражение «растекаться мыслью по древу» (27.12.2022)*.

Актуальность такой лингвистической информации может быть акцентирована путем ссылки к актуальным событиям, к известным людям, с которыми то или иное слово ассоциируется у читателя, но при этом лингвистическая информация является самостоятельной и приоритетной для адресата. Ср.: *Что означает слово «гойда», которое так любит Иван Охлобыстин? (АиФ, 23.02.2023); Думскролинг и релокация. Что значат популярные слова-иноагенты (АиФ, 22.10.2022); Почему хотят запретить слово «инфоцыгане»? (АиФ, 19.05.2023)*.

Научно-популярный лингвистический дискурс, обусловленный информационно-развлекательным фактором, с одной стороны, расширяет кругозор читателя, привлекает его внимание к языку, с другой — отражает круг лингвистических интересов массового адресата и позволяет получить некоторое представление о коллективном языковом сознании.

### Заключение

Как показал анализ, научно-популярный лингвистический дискурс функционирует в массовых СМИ в соответствии с основным принципом формирования контента — принципом актуальности. Факторы, обуславливающие актуализацию научно-популярного лингвистического материала в печатных СМИ (интеллектуальный, прагматический и информационно-развлекатель-

ный), обуславливают коммуникативную (фактор адресанта), жанровую и стилевую специфику и способ репрезентации данного типа дискурса в массмедиа.

В перспективе предполагается расширить эмпирическую базу и исследовать другие аспекты научно-популярного лингвистического дискурса в массовых СМИ.

### Список источников

1. Багиян А. Ю. Дискурсивные механизмы популяризации элементов научного знания: когниолингвистический аспект (на материале английского языка) // *Научный диалог*. 2017. № 6. С. 9–28.
2. Воронцова Т. А. Стратегии и тактики презентации специальных знаний в научно-популярном дискурсе // *Вестник Челябинского государственного университета*. 2013. № 37 (328). Филология. Искусствоведение. Вып. 86. С. 26–29.
3. Воронцова Т. А., Хакимова Е. М. Репрезентация лингвистических знаний в научно-популярном дискурсе СМИ // *Когнитивные исследования языка*. Вып. № 4 (55): Когнитивная лингвистика в контексте современной науки : материалы международной конференции 19–21 сентября 2023 г. М. ; Тамбов; Челябинск, 2023. С. 411–414.
4. Гришечкина Г. Ю. Научно-популярный лингвистический текст. Орел : ОГУ, 2011. 260 с.
5. Ефремов В. А. О новой лингвистической публицистике // *Октябрь*. 2014. № 1. С. 166–171.
6. Ильина Д. В. Аргументация и референция как не прямые способы выражения отношения автора к адресату научно-популярной статьи лингвистической тематики : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Красноярск : СФУ, 2023. 23 с.
7. Крюкова В. Ф. Лингвостилистические особенности языка научно-популярной литературы по лингвистике : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Белгород, 2001. 28 с.
8. Основы научной речи / под ред. В. В. Химика, Л. Б. Волковой. СПб. : Филологический факультет СПбГУ ; М. : Академия, 2003. 272 с.
9. Панина Е. А. Популяризация науки в условиях современной социокультурной ситуации // *Вестник Майкопского государственного технологического университета*. 2019. № 4 (43). С. 172–181.
10. Прокофьева Н. А., Щеглова Е. А. Речевые формы выражения несогласия в научно-популярном лингвистическом дискурсе // *Современный дискурс-анализ*. 2022. № 2 (30). С. 44–52.
11. Рысакова П. И. Стратегии научной популяризации в цифровой медиасреде // *Медиалингвистика*. 2022. № 9 (4). С. 309–329.
12. Сухенко Н. В. Специфика популяризации науки в России // *Вестник НГТУ им. Р. Е. Алексеева*. Серия: Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии. 2016. № 4. С. 18–22.
13. Щербинина Ю. В. Лингвистика // *Преподаватель XXI век*. 2015. № 3-2. С. 389–395.

### References

1. Bagiyan AYu. Discursive Mechanisms for Popularization of Elements of Scientific Knowledge: Cognitive-Linguistic Aspect (on Material of English Language). *Nauchnyy dialog*. 2017;(6):9-28. (In Russ.).
2. Vorontsova TA. Strategies and tactics for the presentation of special knowledge in popular science. *Vestnik Cheliabinskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2013;(37(328):26-29. (In Russ.).
3. Vorontsova TA, Khakimova EM. Representation of linguistic knowledge in popular science media discourse. *Kognitivny'e issledovaniya yazyka*. = Cognitive studies of language. № 4 (55). Moscow, Tambov, Chelyabinsk; 2023. Pp. 411–414. (In Russ.).
4. Grishechkina GYu. Nauchno-populjarnyj lingvisticheskij tekst = A popular science linguistic text. Orel; 2011. 260 p. (In Russ.).
5. Efremov VA. About new linguistic journalism. *Oktyabr*. 2014;(1):166-171. (In Russ.).
6. Il'ina DV. Argumentation and reference as indirect ways of expressing the author's attitude to the addressee of a popular scientific article on linguistic topics. Abstract. Krasnoyarsk; 2023. 23 p. (In Russ.).
7. Krjukova VF. Lingvostilisticheskie osobennosti jazyka nauchno-populjarnoj literatury po lingvistike = Linguistic features of the language of popular science literature on linguistics. Abstract. Belgorod; 2001. 28 p. (In Russ.).
8. Osnovy nauchnoj rechi = Scientific basis of speech. St. Petersburg; Moscow; 2003. 272 p. (In Russ.).
9. Panina EA. Popularization of science in the current social and cultural situation. *Vestnik Maykopskogo Tekhnologicheskogo Universiteta*. 2019;(4(43):172-181. (In Russ.).

10. Prokof`eva NA, Shheglova EA. Dissent Expression Speech Forms in Popular Scientific Linguistic Discourse. *Sovremenny`j diskurs-analiz*. 2022;(2(30):44-52. (In Russ.).
11. Rysakova PI. Strategies for scientific popularization in the digital media environment. *Media Linguistics*. 2022;(9(4):309-329. (In Russ.).
12. Sukhenko NV. The specifics of science popularization in Russia. *Bulletin of NSTU. R. E. Alekseeva. Series: Management in social systems. Communicative technologies*. 2016;(4):18-22. (In Russ.).
13. Shherbinina YuV. Lingvicitika. *Prepodavatel` XXI vek*. 2015;(3-2):389-395. (In Russ.).

### Информация об авторе

**Т. А. Воронцова** — доктор филологических наук, профессор кафедры теоретического и прикладного языкознания.

### Information about the author

**T. A. Vorontsova** — Doctor of Philological Sciences, Professor of Department of Theoretical and Applied Linguistics.

---

*Статья поступила в редакцию 25.02.2024; одобрена после рецензирования 01.03.2024; принята к публикации 21.04.2024.*

*The article was submitted 25.02.2024; approved after reviewing 01.03.2024; accepted for publication 21.04.2024.*

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

---

---

**ПСИХОЛИНГВИСТИКА, ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ  
ЛИНГВИСТИКА, ЛИНГВИСТИКА ТЕКСТА  
PSYCHOLINGUISTICS, EXPERIMENTAL LINGUISTICS,  
TEXT LINGUISTICS**

---

---

*Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 5 (487). С. 93–106.  
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(5(487):93-106.*

Научная статья

УДК 81'23

doi: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-93-106

**ИНТЕРВЬЮ С РУКОВОДИТЕЛЕМ:  
ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ  
(на материале английской прессы)**

**Екатерина Юрьевна Ионкина<sup>1</sup>✉, Оксана Александровна Евтушенко<sup>2</sup>,  
Ольга Александровна Шестакова<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Волгоградский государственный технический университет, Волгоград, Россия, kattya\_dzhandalie@mail.ru, 0000-0001-5667-5881

<sup>2</sup>Волгоградский государственный технический университет, Волгоград, Россия, ksenja22@yahoo.com, 0000-0001-6280-473

<sup>3</sup>Волгоградский государственный технический университет, Волгоград, Россия, plyasun.ya@mail.ru

**Аннотация.** Представлен анализ текстов интервью с руководителями в рамках психолингвистического подхода для выявления характерных особенностей представления личности руководителя в англоязычных интернет-изданиях. Несмотря на предпринимаемые попытки изучения личности руководителя с различных научных ракурсов, специальных психолингвистических исследований его личности до сих пор не проводилось. Цель настоящей статьи — выявить индивидуально-психологические особенности личности руководителя на основе анализа психолингвистических маркеров в текстах интервью. В качестве материала послужили тексты интервью с руководителями из английских периодических изданий: The Economist, The Enterprise World, The Wired, Vizasa, Mckinsey и др. Исследование показало, что интервью с руководителями отличаются композиционно-структурными особенностями и представлены тремя структурными типами: структурированный, полуструктурированный и нестандартизованный тип интервью. Данные типы различаются степенью шаблонности интервью, характером вопросов журналиста, их личной направленностью на конкретного собеседника. На первом этапе была исследована преддиалоговая часть интервью (заголовочный комплекс и лиды), поскольку именно в ней образ руководителя создается журналистом определенными языковыми средствами. Установлены основные отличия формата заголовков интервью с руководителями в зависимости от структурного типа интервью. Изучены лингвистические оценочные маркеры в текстах аннотаций к интервью, характеризующие личность руководителя. Методы психолингвистического анализа, дедукции и интерпретации использованы для выявления и соотнесения определенных языковых характеристик с индивидуально-психологическими свойствами личности руководителя. Составлен первоначальный портрет успешного руководителя англоязычного происхождения, который формируется через авторский взгляд журналиста на своего собеседника и состоит из набора конкретных профессионально-деловых качеств: увлеченность, мотивированность на успех, энергичность, новаторство, упорство. Исходя из различий в структурной организации интервью, обоснована необходимость использования качественно-количественных методов, интерпретативного психолингвистического анализа в сочетании с контент-анализом, как наиболее эффективной методики для последующего исследования диалогической части интервью с руководителями. Полученные результаты вносят вклад в практику журналистского творчества, теорию психолингвистики, лингвокультурологию.

**Ключевые слова:** психолингвистический подход, личность руководителя, структурированный/неструктурированный тип интервью, предисловие к интервью, индивидуально-психологические особенности, качественно-количественные методы

**Для цитирования:** Ионкина Е. Ю., Евтушенко О. А., Шестакова О. А. Интервью с руководителем: психолингвистические основы исследования (на материале английской прессы) // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 5 (487). С. 93–106. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-93-106.

Original article

## INTERVIEW WITH THE MANAGER: PSYCHOLINGUISTIC FOUNDATIONS OF THE STUDY (Based on the Material of the English Press)

Ekaterina Yu. Ionkina<sup>1</sup>, Oksana A. Evtushenko<sup>2</sup>, O. A. Shestakova<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Volgograd State Technical University, Volgograd, Russia, katya\_dzhandalie@mail.ru, 0000-0001-5667-5881

<sup>2</sup>Volgograd State Technical University, Volgograd, Russia, ksenja22@yahoo.com, 0000-0001-6280-473

<sup>3</sup>Volgograd State Technical University, Volgograd, Russia, plyasun.ya@mail.ru

**Abstract.** The article presents an analysis of the texts of interviews with managers by using a psycholinguistic approach to identify the characteristic features of the presentation of the manager's personality in English-language periodicals. Despite the attempts made to study the personality of the manager from various scientific perspectives, special psycholinguistic studies of this personality have not yet been conducted. The goal of this article is to identify the individual psychological characteristics of the leader's personality based on the analysis of psycholinguistic markers in the interview texts. As a material the texts of interviews with managers from English periodicals are used: "The Economist", "The Enterprise World", "The Wired", "Vizaca", "Mckinsey", etc. The study showed that interviews with managers differ in compositional and structural features and are represented by three structural types: structured, semi-structured and non-standardized interview type. These types differ in the degree of interview stereotypeness, the standardization of the journalist's questions, and their personal focus on a particular interlocutor. At the first stage of the research the pre-dialog part of the interview is studied since the image of a leader is created by a journalist using certain linguistic means. The main differences in the format of headings for interviews with managers were found depending on the structural type of the interview. Linguistic evaluative markers in the texts of interview annotations, characterizing the personality of the leader, are analyzed. Psycholinguistic analysis, deduction and interpretation methods are applied to identify and correlate certain linguistic characteristics with the individual psychological features of the leader's personality. An initial portrait of a successful English leader is compiled, which is formed through the journalist's view of his interlocutor and consists of a set of specific professional and business qualities: enthusiasm, motivation for success, dynamics, innovativeness, perseverance. Based on the differences in the structural organization of the interview, the importance to use qualitative and quantitative methods is justified. The combination of interpretative psycholinguistic analysis with content analysis reveals itself as the most effective methodology for further researching the dialogical part of interviews with managers. The results obtained contribute to the practice of journalist's work, the theory of psycholinguistics and cultural linguistics.

**Keywords:** psycholinguistic approach, manager's personality, structured/unstructured type of interview, preface to the interview, individual psychological characteristics, qualitative and quantitative methods

**For citation:** Ionkina EYu, Evtushenko OA, Shestakova OA. Interview with the Manager: Psycholinguistic Foundations of the Study (Based on the Material of the English Press). *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2024;(5(487)):93-106. (In Russ.). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-93-106.

### Введение

На сегодняшний день психолингвистический подход широко применяется при исследовании проблем, связанных с языком и речью. Психолингвистика изучает «соотношение личности со структурой и функциями речевой деятельности, с одной стороны, и языком как главной "образующей" образа мира человека, с другой» [19, с. 28]. Именно выявление индивидуальных свойств личности по ее речевым проявлениям в рамках психолингвистического подхода становится всё более актуальным направлением. Исследования в области психолингвистики счита-

ются наиболее перспективными и незаменимыми с точки зрения рассмотрения любого аспекта дискурсивной деятельности, так как они дают объяснение и решение различных проблем относительно функционирования дискурса [27].

В настоящем исследовании мы обращаемся к интервью как к публицистическому жанру медиадискурса, как к способу представления информации в СМИ, для которого характерна диалогическая форма подачи информации. Интервью — жанр непринужденной коммуникации между интервьюером и определенным лицом на социально значимую тему, предназначенную

для СМИ [9]. Текст интервью, являющийся результатом этой беседы, включается в оборот текстов СМИ, публикуется в печатном издании или выходит в устный эфир. Свообразие интервью в текстовом формате обусловлено сочетанием в нем признаков, свойственных одновременно дискурсу СМИ и диалогической форме коммуникации.

Возросший в последние десятилетия лингвистический интерес к организационной культуре способствовал проникновению психолингвистического подхода в исследование речевого поведения руководителя и сотрудников той или иной организации [33; 34; 35; 37]. Нужно отметить, что интервью нередко становится объектом рассмотрения для выявления психологических особенностей той или иной личности [13; 23], однако исследований личности руководителя на материале интервью до сих пор не проводилось. Вместе с тем интервью как метод сбора качественных данных приобретает всё большую популярность и используется с целью получения эмоционально-психологической информации о респондентах с последующим анализом и статистической обработкой собранных данных [31; 36].

В свете растущего интереса к личности руководителя **актуальность** настоящей статьи объясняется 1) отсутствием на данный момент специальных психолингвистических исследований личности руководителя, практические результаты которых позволили бы определить ее значимые индивидуально-психологические характеристики; 2) возможностью использования текстов интервью как жанра журналистского творчества для составления психологического портрета руководителя на основе психолингвистического подхода.

В отечественной науке уже предпринимались попытки изучить личность руководителя, при этом феномен руководства, как многогранное явление, анализировался с различных научных ракурсов: психологии, лингвистики, социологии, прагматики, психолингвистики. Исследовались, например, коммуникативные качества руководителей, а также психологические детерминанты уровня развития этих качеств [24], статусные и личностные особенности руководителя современной организации [26]; коммуникативная личность руководителя [4]; особенности речевого поведения руководителя и модели речевого поведения сотрудников инженерно-строительных компаний [2]; лидерские качества руководителя организации и уровень развития этих качеств [1]; языковая личность руководителя [15].

Вместе с тем личность руководителя остается недостаточно исследованной и требует более пристального внимания, например, с точки зрения национально-культурной специфики [14], а также проявления индивидуально-психологических особенностей и профессионально-деловых качеств в речевом поведении. **Целью** данной статьи является анализ текстов интервью с руководителем на основе психолингвистического подхода для выявления индивидуально-психологических особенностей его личности. Согласно поставленной цели предполагается решить следующие **задачи**: 1) изучить структурные особенности интервью и выделить его типы; 2) проанализировать авторскую часть интервью (заголовки, лиды) на предмет наличия в них психолингвистических маркеров, характеризующих личность руководителя; 3) определить соответствующие методы, подходящие для анализа текста, продуцированного руководителем — участником интервью.

Диалогическая форма общения является приоритетной по сравнению с другими формами речевой коммуникации. В текстах интервью личность руководителя раскрывается наиболее полно: во-первых, через взгляд журналиста на своего собеседника, во-вторых, через самопрезентацию героя интервью непосредственно в основной/диалогической части текста. Исходя из того, что журналисту принадлежит ведущая роль в организации беседы, его авторский взгляд на собеседника обнаруживается уже в преддиалоговой части интервью. Следовательно, данная часть интервью играет важную роль для составления первоначального психологического портрета руководителя.

### **Материалы и методы исследования**

В качестве **материала** исследования послужили тексты интервью с руководителями организаций различных отраслей промышленности, бизнеса и предпринимательской сферы деятельности. Тексты интервью отбирались методом сплошной выборки из известных английских периодических изданий, размещенных в открытом доступе в сети интернет: the Economist, the Enterprise World, the Wired, Entrepreneur Interviews на платформе Vizaca.com, Mckinsey.com и др. Данные тексты интервью рассчитаны на восприятие широкой аудитории (как массового читателя, так и узких специалистов руководящей сферы). Для первичной обработки полученного материала использовались **методы наблюдения, психолингвистического анализа и интерпретации**.

## Результаты исследования и их обсуждение

### I. Композиционно-структурные особенности интервью

Интервью — неделимое коммуникативное действие, основанное на последовательном вопросно-ответном диалоге между журналистом и респондентом с целью обмена социально значимыми мнениями, идеями, представляющими интерес для общества [17].

По своему социальному положению руководитель — это официальное лицо, которое интересует журналиста не столько как личность, но как источник информации о деятельности подвластной ему организации или учреждения. Однако в качестве личной информации журналиста могут интересовать стратегии принятия решений, способность руководить коллективом, умение выстраивать профессиональные отношения в конкретной сфере занятости, а также выходить из проблемных (кризисных) ситуаций. Нужно отметить, что такой тип интервью, как интервью с руководителем, нельзя считать чисто информационным интервью, цель которого — получение только фактических сведений от компетентного источника информации. На фоне сообщаемой фактической информации журналист стремится получить некоторое представление и о личности собеседника, раскрыть его черты и особенности именно как руководителя. Полагаем, что тип интервью с руководителями по характеру получаемой информации относится к информационно-личностному интервью, в котором преобладает или фактическая, или личная информация о руководителе. Кроме того, интервью с руководителями отличаются композиционно-структурными особенностями, то есть имеют различные формы подачи материала. Взяв за основу классификацию интервью по степени стандартизации [16], рассмотрим каждый вид более подробно.

1. *Структурированный, или стандартизованный* тип интервью. Этот тип часто применяется в беседах с официальными лицами и по форме напоминает опрос. При таком интервью журналист использует заранее подготовленный шаблон, установленный порядок вопросов и практически не отходит от их первоначальной формулировки. Поскольку журналист заранее намечает темы для беседы, интервью выстраивается из самостоятельных тематических блоков, что не позволяет значительно отклоняться от темы и дает возможность проводить более качественное исследование. Последовательность тем определяется характером смысловых связей.

Как показывает анализ материала, в одном и том же электронном издании интервью с разными героями (руководителями) строятся по одному одинаковому принципу. Приведем пример вопросов журналиста из интервью с Селестой Фралик — главным инженером и специалистом по обработке данных в ведущей компании, занимающейся разработкой антивирусного программного обеспечения McAfee:

1. *Tell us about the company.*
2. *What are the products or services the company focuses on? How are your services different from those in the market?*
3. *Please tell us about your team.*
4. *Please brief us about your professional experience.*
5. *What are the key achievements of your business journey?*
6. *Any client experience you would like to highlight?*
7. *Which one is your favorite quote?*<sup>1</sup>

Как видно из данного примера, журналист просит собеседника сообщить достаточно общую информацию о компании, об отличительных особенностях продукции данной компании, о сотрудниках. В качестве личной запрашивается информация о профессиональном опыте, достижениях руководителя. Структурированные интервью строятся по принципу вопрос—ответ, интервьюер не выражает свое личное мнение, свою позицию, лишь получает ответы на поставленные вопросы. При этом каждый вопрос, по сути, инициирует отдельную, самостоятельную тему. Эти темы не имеют строгой композиционной связи между собой, а значит, их последовательность может варьироваться. Этот тип интервью представляет собой эффективный способ сравнения респондентов при подборе руководящего персонала в рекрутинговых агентствах, при условии, что им будут заданы одинаковые вопросы по одному шаблону.

2. Структурированный тип интервью может переходить в формат *полуструктурированного интервью*, при котором журналист, имея общий шаблон, способен варьировать последовательность вопросов, перефразировать. Интервьюер имеет большую инициативу и может задавать дополнительные вопросы в ответ на значимые высказывания респондента, более приспособившись к его личности. Далее приведем пере-

<sup>1</sup> McAfee — Saviour of Your Data and Privacy! URL: <https://theenterpriseworld.com/mcafee-saviour-of-your-data-and-privacy/> (дата обращения: 20.06.2023).

чень вопросов из интервью с предпринимателем и экспертом по недвижимости Дэвидом Малькольмом — президентом организации Cal West Apartments в Сан-Диего.

1. *After a long successful career in the real estate industry, what keeps you motivated?*

2. *What makes you different from other professionals in your field?*

3. *You've been an active member of the San Diego community for decades with a track record of helping others, whether it's advising a non-profit organization or through a personal financial donation to a worthy cause. How do you balance your philanthropic endeavors with your responsibilities as the President of Cal West Apartments?*

4. *What would you say has been the most important part of your professional journey?*

5. *What takes up too much of your time? What do you wish you had more time for?*

6. *What three pieces of advice would you give to college students/new startup business owners who want to become entrepreneurs?*

7. *Is there an individual or company that has impressed you most with what they've accomplished?*

8. *How should people connect with you?*<sup>1</sup>

Как видно из данного примера, этот шаблон интервью (полуструктурированный тип) несколько отличается от предыдущего (структурированного типа) как большей распространенностью вопросов, так и личной направленностью конкретно на «этого» собеседника. Шаблон структурированного типа интервью может быть использован для интервьюирования разных руководителей, тогда как в полуструктурированном типе интервью вопросы 1 и 3 ориентированы на личность конкретного руководителя, что ограничивает применение данного шаблона для опроса других респондентов.

3. *Неструктурированный, или нестандартный тип интервью.* Этот тип интервью по форме напоминает беседу, которая может иметь неформальный характер при определенной степени доверия между коммуникантами. В таком интервью журналист не придерживается шаблонного списка вопросов и строгого порядка следования тем, а только намечает круг предполагаемых для обсуждения вопросов, подбираемых с учетом особенностей и уникальности личности респондента. Этот вид интервью отли-

<sup>1</sup> Interview with San Diego based Entrepreneur David Malcolm — President of Cal West Apartments. URL: <https://www.vizaca.com/interview-with-david-malcolm/> (дата обращения: 20.06.2023).

чается большей свободой и предоставляет широкую инициативу журналисту, который имеет возможность получить незапланированную информацию, отступать от намеченных тем, формулировать вопросы по ходу интервью. С другой стороны, такое интервью требует высокой профессиональной квалификации журналиста, поскольку от него требуется заранее выстраивать драматургический стержень будущей беседы и иметь четкий план в отношении поставленной цели интервью [16, с. 57]. Собеседнику также предоставляется большая степень свободы для самовыражения, презентации своих коммуникативных навыков, поскольку цель журналиста, не только получение информации, но и само общение.

Приведем пример вопросов из интервью в издании Americas Quarterly с Джавьером Оливаном, вице-президентом компании Facebook.

*AQ 1: How will Internet.org change the lives of users in Latin America and elsewhere? Where are you seeing the biggest gaps in usage?*

*Javier Olivan: We've rolled out free basic services to more than 500 million people around the world, and the results are encouraging: Nearly 7 million people are connected who previously weren't (...).*

*AQ 2: Where does Facebook see the highest growth potential for connectivity in our region?*

*AQ 3: What are the challenges to Facebook's reach and connectivity in the region? Do privacy or cybersecurity represent concerns? And how are Latin Americans using the service now?*

*AQ 4: Social media has largely been viewed as a tool for those who are already computer literate, such as urban residents, students, young professionals, among others. How can social media reach a broader and more rural population?*

*AQ 5: Peter Thiel, one of the early Facebook funders, thinks that regulation is preventing us from having real technological breakthroughs ("We wanted flying cars and we got 140 characters" is his famous phrase). Do you agree?*<sup>2</sup>

В данном отрывке интервью заданные журналистом вопросы связывает одна тематическая линия — развитие и функционирование социальной сети Facebook в Латинской Америке, сложности

<sup>2</sup> Interview: Javier Olivan, Facebook. URL: <https://americasquarterly.org/fulltextarticle/interview-javier-olivan-facebook/> (дата обращения 10.07.2023). Ресурс внесен в реестр сайтов, содержащих информацию, распространение которой в Российской Федерации запрещено, по основаниям, предусмотренным Федеральным законом от 27.07.2006 № 149-ФЗ.

Таблица 1  
Table 1**Структурные типы интервью с руководителями в англоязычных интернет-изданиях**  
**Structural types of interviews with managers in English-language online publications**

| Структурный тип интервью  | Название интернет-изданий   |
|---------------------------|---|
| Структурированный тип     | Vizaca (44); The Enterprise World (9)   |
| Полуструктурированный тип | Vizaca (12); The Enterprise World (3)   |
| Неструктурированный тип   | Mckinsey (28); Americas Quarterly (5); The Economist (3); The Wired (3), The Entrepreneur (3), The CEO Magazine (5) |

и перспективы. Журналист желает получить максимум информации по данной теме, о чем свидетельствуют его распространенные вопросы, которые произвольно возникают по ходу беседы. Интервьюер хорошо подготовлен и осведомлен, позволяет себе некоторые отступления, предваряющие последующие вопросы, ссылается на мнение третьих лиц, не используя при этом однотипных шаблонных вопросов. Этот структурный тип интервью в большей степени ориентирован на личность конкретного руководителя и его точку зрения как эксперта в деловой сфере.

Анализ общего количества интервью с руководителями из различных англоязычных источников показал, что в пределах одного интернет-издания используются один или два из названных структурных типов интервью, однако только один тип становится приоритетным. При этом, если сравнивать шаблонные интервью, то содержание и структура вопросов различаются в зависимости от типа издания. В выборку материала вошли около 115 текстов интервью с руководителями, которые находятся в открытом доступе в сети интернет. Так, в изданиях Vizaca и The Enterprise World более часто встречаются примеры структурированных интервью, тогда как количество полуструктурированных интервью значительно меньше. В издании Mckinsey публикуются только неструктурированные интервью. В других изданиях интервью с руководителями встречаются не так часто и относятся к неструктурированному типу. Общее количество обнаруженных интервью конкретного структурного типа приведено в табл. 1).

Все три рассмотренных структурных типа относятся к классическому интервью, в котором участвуют только два лица — интервьюер и интервьюируемый, при этом журналист выступает лишь посредником между интервьюируемым и аудиторией. Компетентный журналист не вмешивается в ответы своего респондента, не должен комментировать, дополнять ответы или высказывать свое мнение. Тем не менее, как считает

Е. Б. Сахнова, читатель формирует «эмоционально-психологическое восприятие» респондента в зависимости от желания журналиста представить своего героя тем или иным образом, а также на основании вопросов, которые он освещает [25, с. 99].

В классическом интервью традиционно выделяют следующие структурные части: зачин, основная часть и концовка. Также в структуру интервью помимо основного текста входит заголовок, подзаголовок, предисловие (лид, врезка), которые в своей совокупности образуют «монологическую часть» печатного текста интервью — краткая информация журналиста, предшествующая диалогу [10]. Создание образа героя интервью начинается именно с заголовочного комплекса, который содержит эксплицитную или имплицитную оценку журналистом своего собеседника [25].

Как известно, заголовок любого печатного издания вводит тему, призван привлечь внимание читателя к данному материалу. Проанализировав заголовки интервью с руководителями разных структурных типов из интернет-изданий, приведенных в табл. 1, мы выделили основные характерные отличия.

Заголовки структурированных и полуструктурированных интернет-интервью с руководителями являются информативными по содержанию и номинативными по форме. Такой формат заголовка был обнаружен нами в изданиях Vizaca и The Enterprise World, что составляет более 60 примеров выборки материала.

Заголовок может давать общую информацию: имя героя интервью, его род деятельности, должность, также содержать оценочную характеристику героя.

*Neeti Dewan — An Author, An Entrepreneur, And A Dynamic Business woman*<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Neeti Dewan — An Author, An Entrepreneur, And A Dynamic Businesswoman. URL: <https://theenterpriseworld.com/neeti-dewan-a-dynamic-businesswoman/> (дата обращения: 23.06.2023).

*Chase Campbell: Founder of Size Up Supplements*<sup>1</sup>

*Racquel R. Jenkins, CEO of THE Strategic Connection*<sup>2</sup>

*Exclusive interview with Mao Lal: An Entrepreneur, Investor & Author*<sup>3</sup>

Другой вариант заголовка — представление компании (организации), в которой занят герой интервью, с использованием стилистически окрашенной лексики, метафор:

*McAfee — Saviour of your Data and Privacy*<sup>4</sup>

*IEC Telecom Group — Connecting The World!*<sup>5</sup>

Заголовки неструктурированных интервью обычно носят тематический характер, что подтверждается анализом более 40 примеров в выборке материала. Они представляют собой заголовки-мнения, в которых, как правило, называется и герой интервью и тема, о которой в основном пойдет речь. Такой формат заголовка характерен, например, для изданий Mckinsey, The Entrepreneur:

*Kevin Hostetler of Rotork on accelerating growth*<sup>6</sup>

*MassMutual's Roger Crandall on disrupting your own industry*<sup>7</sup>

*Entrepreneur First CEO Matt Clifford on early stage talent investing*<sup>8</sup>

*The Importance of Individuality and Sleep: An Interview with Arianna Huffington*<sup>9</sup>

С этой же целью — дать дополнительную информацию о предмете дискуссии, раскрыть тему

<sup>1</sup> Chase Campbell: Founder of Size Up Supplements. URL: <https://www.vizaca.com/chase-campbell-founder-of-size-up-supplements/> (дата обращения: 15.10.2023).

<sup>2</sup> Racquel R. Jenkins, CEO of THE Strategic Connection. URL: <https://www.vizaca.com/racquel-r-jenkins-ceo-of-the-strategic-connection/> (дата обращения: 07.10.2023).

<sup>3</sup> Exclusive interview with Mao Lal: An Entrepreneur, Investor & Author. URL: <https://www.vizaca.com/exclusive-interview-with-maolal/> (дата обращения: 15.10.2023).

<sup>4</sup> McAfee — Saviour Of Your Data And Privacy! URL: <https://theenterpriseworld.com/mcafee-saviour-of-your-data-and-privacy/> (дата обращения: 20.06.2023).

<sup>5</sup> IEC Telecom Group — Connecting The World! URL: (дата обращения: 10.07.2023).

<sup>6</sup> Kevin Hostetler of Rotork on accelerating growth. URL: (дата обращения: 15.10.2023).

<sup>7</sup> MassMutual's Roger Crandall on disrupting your own industry. URL: (дата обращения: 20.06.2023).

<sup>8</sup> Entrepreneur First CEO Matt Clifford on early stage talent investing. URL: (дата обращения: 16.12.2023).

<sup>9</sup> The Importance of Individuality and Sleep: An Interview with Arianna Huffington. URL: <https://www.entrepreneur.com/leadership/the-importance-of-individuality-and-sleep-an-interview/310383> (дата обращения: 15.01.2024).

интервью — могут использоваться и подзаголовки. Однако в интервью исследуемого типа они встречаются достаточно редко.

Другой вариант заголовка, характерный для неструктурированных интервью, — это авторский назывной заголовок, который только описывает материал, передает общее представление журналиста, его ассоциации с героем интервью, но не дает конкретных сведений о нем. Часто в таких заголовках используются метафоры, характерные для дискурса СМИ, придавая заголовкам больше образности. Метафора помогает выразить замысел адресанта более точно, при этом акценты и выводы адресанта отражают его оценочно-эмоциональное отношение к предмету [7]. Приведем примеры метафорических заголовков, встречающихся в издании Mckinsey:

*One CEO's journey to becoming a business builder*<sup>10</sup>

*Voices of CEO excellence: Morgan Stanley's James Gorman*<sup>11</sup>

*Opening doors for women leaders: An interview with Caroline Feeney*<sup>12</sup>

Специфической особенностью неструктурированного интервью является цитатный заголовок, когда в качестве заголовка выносятся наиболее яркое, запоминающееся, символическое, возможно, парадоксальное высказывание собеседника. Такая цитата может отражать как весь смысл текста интервью, так и один из его выразительных компонентов. Журналист, прибегая к цитированию, использует средства прямой речи респондента, тем самым выражая свое мнение относительно затронутых в беседе вопросов [10]. Анализ материала показал лишь единичные случаи использования заголовка такого типа, например, в интернет-издании The Economist:

*«You've got to hedge your bets»*

*An Interview with Peter Munk*<sup>13</sup>

Помимо заголовков во всех интервью используются лиды, в которых дается самая важная информация, суть материала, для того чтобы

<sup>10</sup> One CEO's journey to becoming a business builder. URL: (дата обращения: 16.12.2023).

<sup>11</sup> Voices of CEO excellence: Morgan Stanley's James Gorman. URL: (дата обращения: 10.07.2023).

<sup>12</sup> Opening doors for women leaders: An interview with Caroline Feeney. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/opening-doors-for-women-leaders-an-interview-with-caroline-feeney> (дата обращения: 25.06.2023).

<sup>13</sup> You've got to hedge your bets. URL: <https://www.economist.com/schumpeter/2014/04/29/youve-got-to-hedge-your-bets> (дата обращения: 20.06.2023).

привлечь внимание читателя, вовлечь в дальнейшее чтение. Лид выполняет функцию аннотации к интервью, в которой журналист выражает свое отношение к респонденту, приводит какие-либо сведения из его биографии, влияющие на оценку личностных качеств этого человека читателем. Лид — короткое сообщение об основных данных человека, например о его регалиях, достижениях, занятиях. При помощи лида журналист дает некоторое пояснение читателю о выборе героя для интервью [8, с. 78]. В интервью с руководителями лиды могут иметь различный текстовый объем — от нескольких строчек до половины одного экрана текста. Приведем пример.

***Chase Campbell: Founder of Size Up Supplements***

*Chase Campbell is an American entrepreneur and is the founder and CEO of Size Up, a leading supplement and apparel brand. With 8 stores in the United States and founded in 2011, the company has surely come a long way but at the initial stages, Chase went through a lot of problems and challenges. We sat down with him to talk more about his life, his beginning and lessons that many entrepreneurs can relate with<sup>1</sup>.*

**II. Образ руководителя в предисловии к интервью**

Как показывает анализ материала, образ руководителя — героя интервью создается журналистом уже в предисловии к интервью. При этом мнение журналиста, представленное в предисловии, формируется как до проведения интервью на основе фоновых знаний журналиста о своем собеседнике, так и в процессе непосредственного общения с собеседником и уже в окончательном виде будет представлено в аннотации к интервью при подготовке к печати в открытых интернет-изданиях [18, с. 309]. В лиде как части журналистского произведения авторский взгляд на собеседника проявляется в выборе тех выразительных языковых средств, которые он использует при описании руководителя.

В отобранных нами текстах интервью с руководителями можно встретить следующие описания их должностных и руководящих позиций: chairman, Head of Marketing & Communications, Director-Marketing, Senior Principal Engineer, a co-founder and board director, Vice President, Entrepreneur, President, the Chief Executive Officer, the Chief Financial Officer.

Основная задача журналиста в презентации героя интервью — показать его успех, состоятель-

<sup>1</sup> Chase Campbell: Founder of Size Up Supplements. URL: (дата обращения: 15.10.2023).

ность как профессионала своего дела, грамотность в ведении бизнеса, уникальность его работы в конкретной сфере. Руководитель предстает одновременно и как основатель бизнеса, и как знаток-профессионал в определенной области, и как идейный вдохновитель начинающих предпринимателей.

Успех руководителя неразрывно связан с многолетним профессиональным опытом, исключительными навыками и репутацией, на что чаще всего и указывает автор интервью:

— *Ron Cardenas is a human resources expert with over three decades of professional experience<sup>2</sup>.*

— *With his keen sense of innovation and years' worth of experience expanding across different industries, Mao Lal is one of the most successful entrepreneurs in the field of blockchain technology<sup>3</sup>.*

— *Philip Butler has gained vast experience and developed unique skills in a variety of challenging academic and work environments<sup>4</sup>.*

Кроме того, успешность руководителя может, например, позиционироваться через успех компании, производящей те или иные продукты и услуги:

— *Some entrepreneurs leave their mark in the world by introducing unique and unmatched products and services<sup>5</sup>.*

Подчеркивается ведущая роль руководителя, его уникальный подход в становлении и развитии компании, которая в итоге занимает лидирующие позиции в определенном секторе. Компания-лидер отождествляется с руководителем-лидером:

— *Chase Campbell is an American entrepreneur and is the founder and CEO of Size Up, a leading supplement and apparel brand<sup>6</sup>.*

— *In less than a decade, Empower has grown into the second-largest US retirement services company.*

<sup>2</sup> A Conversation with Ron Cardenas: Vice President of Human Resources at Gavilon Agriculture Holdings. URL: <https://www.vizaca.com/interview-with-ron-cardenas-gavilon/> (дата обращения: 15.12.2023).

<sup>3</sup> Exclusive interview with Mao Lal: An Entrepreneur, Investor & Author. URL: <https://www.vizaca.com/exclusive-interview-with-maolal/> (дата обращения: 15.10.2023).

<sup>4</sup> Philip Butler: Entrepreneur and Business Leader. URL: <https://www.vizaca.com/philip-butler-entrepreneur-and-business-leader/> (дата обращения: 15.12.2023).

<sup>5</sup> McAfee — Saviour Of Your Data And Privacy! 2021. URL: <https://theenterpriseworld.com/mcafee-saviour-of-your-data-and-privacy/> (дата обращения: 20.06.2023).

<sup>6</sup> Chase Campbell: Founder of Size Up Supplements. URL: (дата обращения: 15.10.2023).

*Ed Murphy, the company's leader since day one, offers an experienced perspective on M&A success*<sup>1</sup>.

При описании личности руководителя в лидах доминируют следующие эпитеты: *an established businessmen/businesswomen, an accomplished businessman, an innovative business leader, a versatile and a dynamic entrepreneur, a tenacious and enthusiastic executive, a leading talent investor, a financial innovator, a charismatic personality, an exceptional leader, a successful entrepreneur.*

Перечисленные лингвистические оценочные маркеры были выделены нами на основе психолингвистического анализа текстов аннотаций к интервью. С помощью данного анализа и метода дедукции названные характеристики руководителя были соотнесены со следующими индивидуально-психологическими свойствами его личности: увлеченность, мотивированность на успех, энергичность, новаторство, упорство. Именно эти качества формируют образ успешного руководителя через взгляд журналиста на своего собеседника. Профессиональный опыт, талант и исключительные навыки дополняют портрет руководителя. Этот перечень, безусловно, не является окончательным и может быть продолжен уже на основе анализа диалогической части интервью.

### III. Методы исследования диалогической части интервью

Диалогическая часть интервью является второй, после монологической, значимой композиционно-структурной частью письменного текста интервью. Каждая из этих частей, по мнению Е. А. Гончаровой, так или иначе соотносится по содержанию и форме выражения с тремя дискурсивными фазами интервью: 1) стратегического и тактического (предтекстового) планирования хода беседы; 2) речевой реализации непосредственного живого диалога интервьюера с интервьюируемым; 3) компоновки печатного текста [10, с. 137]. До того как интервью приобретет текстовый формат и будет представлено на страницах глобальной сети, материал должен быть собран, расшифрован и отредактирован. Являясь письменной фиксацией устного обмена вопросно-ответными репликами между журналистом и респондентом, журналистское интервью в то же время явля-

ется эффективным методом качественных исследований.

В эмпирической психологии подчеркивается значимость неструктурированного или «слабоструктурированного» интервью [28] для проведения качественных исследований и получения качественных данных. При этом «качественное интервьюирование» противопоставляется структурированному интервью как методу количественных исследований, так как в качественном интервью проявляется больший интерес к мнению интервьюируемого собеседника [6, с. 18]. Качественное интервью отличается своей гибкостью и непосредственным реагированием на интервьюируемого в процессе интервью, тогда как структурированное интервью имеет жесткую конструкцию, поскольку нуждается в стандартизации ответов респондента. Задача слабоструктурированного интервью, по мнению Л. В. Трубицыной, получить как можно более полное описание явления, а не распространенные ответы [28, с. 79].

В дискурсивной психологии как одной из методологий качественных исследований частично структурированные и неструктурированные интервью являются основными методами создания материала в противоположность методам анкетного опроса или структурированного интервью. В дискурсивной психологии интервью выступает формой социального взаимодействия между интервьюером и респондентом, при этом интервьюер более активно вмешивается в процесс данного взаимодействия, чем в структурированных интервью. Следовательно, при анализе интервью оба коммуниканта расцениваются как равные. Согласно дискурсивной психологии в ее представлениях об отношениях между языком, значением и психологическим состоянием людей, значение всегда «вплетено» в речь, и поэтому необходимо исследовать речь для анализа значения [30, с. 192]. В центре внимания дискурсивной психологии находится вопрос о том, как участники диалога гибко позиционируют себя в различных дискурсах и какие риторические стратегии для подтверждения или опровержения своих идей о мире используют [30, с. 260]. Дискурсивная психология исследует лингвистические особенности дискурса, такие как местоимения и модальности, а также то, как дискурсы, содержащие определенную лексику, используются в социальном взаимодействии.

Исходя из того, что в пределах одного неструктурированного интервью респондент артикули-

<sup>1</sup> One CEO's journey to becoming a business builder. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/one-ceos-journey-to-becoming-a-business-builder> (дата обращения: 16.12.2023).

рует различные дискурсы, отражающие не только его понимание определенных вопросов, но и скрывающиеся за этим пониманием личные и деловые качества, то дискурсивная психология как методология может быть положена в основу вербального диагностирования личности по тексту.

К текстам неструктурированных и полуструктурированных интервью с руководителями, на наш взгляд, следует применять качественные способы анализа, то есть такие формы анализа текста, которые сосредоточены не на подсчете и статистическом обобщении конкретных единиц текста, а на интерпретации, сравнении и обобщении их содержательной составляющей [29]. Интерпретативный анализ выступает наиболее подходящим способом качественного анализа текста, предполагающим работу исследователя с собранными данными и их глубокое толкование. В ходе данного анализа необходимо выделить лексические и синтаксически значимые единицы (фразы, темы, метафоры), а затем обобщить и сопоставить их с уже имеющимися теоретическими знаниями.

В основе глубинного интерпретативного анализа текста интервью должен лежать, на наш взгляд, психолингвистический подход, поскольку конечной целью нашего исследования является установление закономерностей в организации и содержании речи руководителей, соотносимых с определенными психологическими свойствами их личности. Среди подходов к анализу и интерпретации текстов психолингвистический подход оказывается наиболее информативным, на что указывают исследователи различных типов дискурса: политического [22], научного [12; 20], художественного [21], диалогического [3]. С точки зрения психолингвистического подхода речевая деятельность рассматривается как отражение психологических характеристик личности. При этом, говоря о личности руководителя, его индивидуально-психологические особенности напрямую соотносятся с профессионально-деловыми качествами. Собственно лингвистический анализ текста интервью имеет своей целью описание лексико-грамматических и синтаксических особенностей высказываний собеседников, установление языковых паттернов и дискурсивных маркеров. Тогда как психологический анализ позволяет рассматривать лингвистические параметры текста не изолированно, а как некую составляющую личности руководителя.

Вместе с тем некоторые исследователи отмеча-

ют всё большую популярность количественного подхода при анализе лингвистического материала, поскольку он дает возможность обработки больших текстовых фрагментов с помощью лексико-статистического метода [11; 21]. По мнению Д. А. Горбуновой, использование современных численных методов в рамках психолингвистики дает сегодня возможность изучить лингвистически значимые единицы с точки зрения их «психологической наполненности» [11, с. 56].

Анализ текстов интервью, на наш взгляд, следует проводить с помощью качественно-количественных методов исследования, что предполагает и математический подсчет полученных данных, и их качественную интерпретацию. В этом отношении наиболее подходящим методом анализа текста интервью будет выступать контент-анализ — метод качественно-количественного анализа текстов [32; 5]. Применение метода контент-анализа позволит определить категории, соответствующие задачам исследования и лингвистические единицы текста (например, слово, предложение, суждение, тема), которые являются индикаторами изучаемых явлений (категорий) в тексте интервью, а также осуществить процедуру подсчета полученных данных. Полагаем, что сочетание интерпретативного психолингвистического анализа с методом контент-анализа представляет собой наиболее эффективную методику исследования диалогической части интервью для выявления индивидуально-психологических особенностей личности руководителя англоязычного происхождения.

### Заключение

Проведенное исследование текстов интервью с руководителями позволило сделать следующие основополагающие выводы.

1. Интервью с руководителями отличаются композиционно-структурными особенностями, что проявляется в большей или меньшей шаблонности интервью, в характере и типе вопросов журналиста, в степени его инициативы и, как следствие, в степени свободы личностного самовыражения руководителя. В различных интернет-изданиях могут использоваться разные структурные типы интервью: структурированный, полуструктурированный или нестандартизованный тип, однако только один тип преобладает в каждом конкретном издании.

2. Монологическая часть интервью, состоящая из заголовочного комплекса и лида, играет важную роль в формировании первоначального обра-

за руководителя через взгляд журналиста на своего героя. Анализ преддиалоговой части интервью показал, что автор использует определенные эмоционально-оценочные языковые средства для характеристики героя интервью, наличие которых позволяет составить первоначальный психологический портрет руководителя уже на данном этапе исследования.

3. Поскольку мы имеем дело с интервью, представленными разными структурными типами, то не представляется возможным ограничиться только качественными или количественными методами исследования в отдельности. В основу исследования диалогической части интервью должны быть положены качественно-количественные

методы сбора данных для диагностирования личности руководителя. Методика исследования диалогов-интервью с руководителями должна включать глубинный интерпретативный анализ текстов интервью в сочетании с методом контент-анализа.

Данная статья представляет собой только первый этап исследования интервью с руководителями, дальнейшей перспективой которого является проведение психолингвистического анализа непосредственно диалогической части интервью с использованием выше обозначенных методов для формирования целостного психологического портрета личности руководителя англоязычного происхождения.

### **Список источников**

1. Аксеновская Л. Н. Сотериологическая методика оценки уровня развития лидерских качеств // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Акмеология образования. Психология развития. 2017. Т. 6, № 1 (21). С. 38–53.
2. Андреев В. М., Купфер Л. В. Языковые особенности клиентоориентированного поведения // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2020. № 19 (2): Филология. С. 79–89. DOI: 10.25205/1818-7919-2020-19-2-79-89
3. Бабаян В. Н. Дискурсивное пространство терциарной речи. Психолингвистические особенности диалогической речи в присутствии молчащего третьего лица. Germany, Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co, 2011. 385 с.
4. Березовская Я. Л. Руководитель как профессионал (на примере коммерческих организаций Челябинска) // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2011. Вып. 57, № 24 (239). С. 195–198.
5. Богомолова Н. Н., Стефаненко Т. Г. Контент-анализ. М. : Изд-во Моск. ун-та, 1992. 62 с.
6. Браймен А. Интервью в качественных исследованиях // Социология власти. 2007. № 4. С. 15–32.
7. Варзапова В. Ю., Хрущева Т. В. Метафора в заголовке сетевого англоязычного медиатекста // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2021. № 14 (6). С. 1823–1828. DOI: 10.30853/phil210285
8. Галкин С. И. Техника и технология СМИ: Художественное конструирование газеты и журнала : учебное пособие. М. : Аспект Пресс, 2005. 215 с.
9. Голанова Е. И. Устный публичный диалог: жанр интервью // Русский язык конца XX столетия. М., 2002. С. 427–453.
10. Гончарова Е. А. Содержание и выражение диалогических отношений в текстах печатного интервью // Немецкая филология в Санкт-Петербургском государственном университете. 2018. № 8. С. 133–145.
11. Горбунова Д. А. О чем говорит психотип: функциональное распределение прагматических маркеров в речи интровертов и экстравертов // Коммуникативные исследования. 2021. № 8 (1). С. 55–69. DOI: 10.24147/2413-61829
12. Давыдов Д. Г., Логинов В. В. Психолингвистический анализ научного дискурса // Инновации в образовании. 2013. № 12. С. 97–111.
13. Давыдова И. О. Сравнительный психолингвистический анализ речевой манеры американских телеведущих (на примере телешоу Опри Уинфри и Ларри Кинга) // Научный вестник Южного института менеджмента. 2018. № 2. С. 87–91. DOI: 10.31775/2305-3100-2018-2-87-91
14. Евтушенко О. А., Ионкина Е. Ю., Шестакова О. А. Психолингвистический аспект анализа языковой личности английского руководителя // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2023. Том 16, вып. 9. С. 3057–3062. DOI: <https://doi.org/10.30853/phil20230478>.
15. Евтушенко О. А., Ионкина Е. Ю., Янкина Е. В. Языковая личность руководителя: перспективы и потенциал исследования // Современный ученый. 2022. № 2. С. 19–24.

16. Енина Л. В., Зыков В. Ф. Практика журналистского общения : учебное пособие. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. 76 с.
17. Ильченко С. Н. Интервью в журналистике: как это делается : учебное пособие. СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, «Ин-т Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2016. 236 с.
18. Ким М. Н. Основы творческой деятельности журналиста : учебник для вузов. СПб. : Питер, 2016. 400 с.
19. Леонтьев А. А. Основы психолингвистики. М. : Лань, 2003. 287 с.
20. Миргородская А. Ю. Коммуникативно-прагматические аспекты научного дискурса // Вестник Луганского государственного педагогического университета. 2021. № 2 (56). С. 110–115.
21. Мухин М. Ю. Психолингвистические аспекты лексико-статистического анализа текста // *Cognitive Neuroscience — 2020* : материалы международного форума, 11–12 декабря 2020 г., Екатеринбург. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2021. С. 37–42.
22. Нестерова О. А. Психолингвистический анализ мотивационных ориентиров языковой личности как инструмент выявления социально-политических взглядов говорящего (на примере публицистического дискурса В. П. Астафьева) // *Политическая лингвистика*. 2015. № 3 (53). С. 220–225.
23. Попова О. В. Тип личности как детерминанта вербального поведения политика (на материале англоязычного политического дискурса) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2020. 28 с.
24. Пузиков В. Г. Коммуникативные качества руководителей : дис. ... канд. психол. наук. СПб., 1995. 173 с.
25. Сахнова Е. Б. Жанр интервью и его модификации // *Известия Саратовского университета. Новая серия. Сер. Филология. Журналистика*. 2013. Т. 13, вып. 4. С. 98–103.
26. Смирнов Е. А. Руководитель современной организации: управленческий статус и личностные особенности // *Личность. Культура. Общество*. 2001. Т. III, вып. 4 (10). С. 99–127.
27. Терентий Л. М. Дискурс как объект психолингвистического исследования // *Вопросы филологии*. 2009. № 3 (33). С. 27–33.
28. Трубицына Л. В. Слабоструктурированное интервью как метод качественного исследования в психологии // *Теоретическая и экспериментальная психология*. 2019. Т. 12, № 3. С. 72–84.
29. Улановский А. М. Качественные исследования: подходы, стратегии, методы // *Психологический журнал*. 2009. Т. 30, № 2. С. 18–28.
30. Филлипс Л. Дж., Йоргенсен М. В. Дискурс-анализ. Теория и метод / пер. с англ. Харьков : Гуманитарный центр, 2004. 336 с.
31. Baxter J. Is it all tough talking at the top? A post-structuralist analysis of the construction of gendered speaker identities of British business leaders within interview narratives // *Gender and Language*. 2008. Vol. 2.2. P. 197–222. DOI: 10.1558/genl.v2i2.197
32. Berelson B. *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe : IL., Free Press, 1971. 220 p.
33. Brunzel J. Linguistic cues of CEO personality and its effect on performance // *Managerial and decision economics*. 2023. № 44 (1). P. 215–243. DOI: <https://doi.org/10.1002/mde.3676>.
34. Chen J., Qiu L., Ho M.-H. R. A meta-analysis of linguistic markers of extraversion: Positive emotion and social process words // *Journal of Research in Personality*. 2020. № 89, Article 104035. DOI:10.1016/j.jrp.2020.104035.
35. Myskin S. V. Introduction to Organizational Psycholinguistics // *Journal of Psycholinguistic Research*. 2022. № 51 (3). P. 437–453. DOI: 10.1007/s10936-021-09785-0
36. Oen V. D., Svihus J., Solberg S. H. R., Harris A., Eid J. Crisis leadership in COVID-19: A qualitative study of Norwegian business leaders // *Frontiers in Psychology*, 2022. № 13. P. 1–13. DOI: 10.3389/fpsyg.2022.937935
37. Shymko V. Psycholinguistics of Organizational Phenomena: A Case of the Managerial Culture Study // *Psycholinguistics*. 2022. № 31 (1). P. 173–186. DOI: 10.31470/2309-1797-2022-31-1-173-186.

## References

1. Aksenovskaya LN. Soteriological technique of assessing the heads leadership qualities level. *Izvestiya Sarat. un-ta. Novaya seriya. Seriya Akmeologiya obrazovaniya. Psikhologiya razvitiya = Bulletin of Saratov State University. A new series. The Acmeology of Education series. Developmental psychology*. 2017;6(1):38-53. (In Russ.)
2. Andreev VM, Kupfer LV. Language Features of Client-oriented Behavior (On the Example of Corporate Texts of Modern Engineering and Construction Organizations). *Vestnik NSU. Series: History and Philology =*

*Bulletin of Novosibirsk State University. Series: History, philology.* 2020;19(2):79-89. DOI: 10.25205/1818-7919-2020-19-2-79-89. (In Russ.).

3. Babayan VN. Diskursivnoe prostranstvo tertsiarnoy rechi. Psikholingvisticheskie osobennosti dialogicheskoy rechi v prisutstvii molchashchego tret'ego litsa = Discursive space of tertiary speech. Psycholinguistic features of dialogic speech in the presence of a silent third person. Germany, Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co; 2011. 385 p. (In Russ.).

4. Berezovskaya YaL. A leader as a professional (based on the example of commercial organizations in Chelyabinsk). *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya. Iskusstvovedenie = Bulletin of the Chelyabinsk State University. Philology. Art history.* 2011;57(24):195-198. (In Russ.).

5. Bogomolova NN, Stefanenko TG. Kontent-analiz = Content analysis. Moscow; 1992. 62 p. (In Russ.).

6. Braymen A. Interviews in qualitative research. *Sotsiologiya vlasti = Sociology of Power.* 2007;(4):15-32. (In Russ.).

7. Varzapova VY, Khrusheva TV. Metaphor in Headline of Online English-Language Media Text. *Filologicheskie nauki Voprosy teorii i praktiki = Philology. Theory & Practice.* 2021;(14(6)):18231–1828. DOI: 10.30853/phil210285. (In Russ.).

8. Galkin SI. Tehnika i tehnologija SMI: Hudozhestvennoe konstruirovaniye gazety i zhurnala = Media technique and technology: Artistic design of a newspaper and magazine. Moscow; 2005. 215 p. (In Russ.).

9. Golanova EI. Oral public dialogue: interview genre. In: *Russkiy yazyk kontsa XX stoletiya = The Russian language of the late twentieth century.* Moscow; 2002. Pp. 427–453. (In Russ.).

10. Goncharova EA. Form and content of dialogic relations in the texts of published interview. *Nemetskaya filologiya v Sankt-Peterburgskom gosudarstvennom universitete = German Philology at St. Petersburg State University.* 2018;(8(1)):133-145. (In Russ.).

11. Gorbunova DA. What psychotype reveals: functional distribution of pragmatic markers in the speech of introverts and extraverts. *Kommunikativnye issledovaniya = Communication Studies.* 2021;8(1):55-69. DOI: 10.24147/2413-61829. (In Russ.).

12. Davydov DG, Loginov VV. Psycholinguistic analysis of scientific discourse. *Innovatsii v obrazovanii = Innovations in education.* 2013;(12):97-111. (In Russ.).

13. Davydova IO. Comparative psycholinguistic analysis of the communicative styles of the American TV presenters (on the example of TV shows by Oprah Winfrey and Larry King). *Nauchnyj vestnik Juzhnogo instituta menedzhmenta = Scientific Bulletin of the Southern institute of management.* 2018;(2):87-91. DOI: 10.31775/2305-3100-2018-2-87-91. (In Russ.).

14. Evtushenko OA, Ionkina EY, Shestakova OA. Psycholinguistic aspect of analyzing the language personality of an English leader. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki = Philology. Theory & Practice.* 2023;16(9):3057-3062. DOI: <https://doi.org/10.30853/phil20230478>. (In Russ.).

15. Evtushenko OA, Ionkina EYu, Yankina EV. Manager's linguistic persona: Prospects and research potential. *Sovremennyy uchenyy = Modern Scientist.* 2022;(2):19-24. (In Russ.).

16. Enina LV, Zykov VF. Praktika zhurnalistskogo obshheniya = The practice of journalistic communication. Yekaterinburg; 2016. 76 p. (In Russ.).

17. Il'chenko SN. Interv'ju v zhurnalistike: kak jeto delaetsya = Interview in journalism: how it's done. St. Petersburg; 2016. 236 p. (In Russ.).

18. Kim MN. Osnovy tvorcheskoj dejatel'nosti zhurnalista = Fundamentals of creative activity of a journalist. St. Petersburg; 2016. 400 p.

19. Leont'ev AA. Osnovy psikholingvistiki = Fundamentals of psycholinguistics. Moscow; 2003. 287 p. (In Russ.).

20. Mirgorodskaya AYu. Communicative and pragmatic aspects of scientific discourse. *Vestnik Luganskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta = Bulletin of Lugansk State Pedagogical University.* 2021;(2(56)):110-115. (In Russ.).

21. Mukhin MYu. Psycholinguistic aspects of lexical and statistical text analysis. In: *Cognitive Neuroscience — 2020. Materials of the international forum.* Yekaterinburg; 2021:37–42. (accessed 12.11.2023). (In Russ.).

22. Nesterova OA. Psycholinguistic analysis of the motivational guidelines of a linguistic personality as a tool for identifying the socio-political views of the speaker (on the example of the journalistic discourse of V. P. Astafiev). *Politicheskaya lingvistika = Political Linguistics.* 2015;(3(53)):220-225. (In Russ.).

23. Popova OV. Tip lichnostikak determinant verbal'nogo povedeniya politika (na material angloyazychnogo

politicheskogo diskursa) = Personality type as a determinant of a politician's verbal behavior (based on the material of English-language political discourse). Thesis Abstract. Moscow; 2020. 28 p. (In Russ.).

24. Puzikov VG. Kommunikativnye kachestva rukovoditeley = Communication skills of managers. Abstract. St. Petersburg; 1995. 173 p. (In Russ.).

25. Sakhnova EB. The interview genre and its modifications. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Ser. Filologiya. Zhurnalistika = Proceedings of the Saratov University. A New Series. Philology and Journalism series.* 2013;13(4):98-103. (In Russ.).

26. Smirnov EA. Head of a modern organization: managerial status and personal characteristics. *Lichnost'. Kul'tura. Obshchestvo = Personality. Culture. Society.* 2001;3(4):99-127. (In Russ.).

27. Terentiy LM. Discourse as an object of psycholinguistic research. *Voprosy filologii = Philology Issues.* 2009;3(33):27-33. (In Russ.).

28. Trubitsyna LV. Semi-structured interview as a method of qualitative research in psychology. *Teoreticheskaya i eksperimental'naya psikhologiya = Theoretical and experimental Psychology.* 2009;12(3):72-84. (In Russ.).

29. Ulanovskiy AM. Qualitative research: approaches, strategies, methods. *Psikhologicheskiy zhurnal = Psychological Journal.* 2009;30(2):18-28. (In Russ.).

30. Phillips LJ, Jorgensen MW. Diskurs analiz kak teoriya i metod = Discourse Analysis as Theory and Method. Kharkov; 2004. 336 p. (In Russ.).

31. Baxter J. Is it all tough talking at the top? A post-structuralist analysis of the construction of gendered speaker identities of British business leaders within interview narratives. *Gender and Language.* 2008;2.2:197-222. DOI: 10.1558/genl.v2i2.197

32. Berelson B. Content Analysis in Communication Research. Glencoe: IL., Free Press; 1971. 220 p.

33. Brunzel J. Linguistic cues of CEO personality and its effect on performance. *Managerial and decision economics.* 2023;(44(1):215-243. DOI: <https://doi.org/10.1002/mde.3676>

34. Chen J, Qiu L, Ho M-HR. A meta-analysis of linguistic markers of extraversion: Positive emotion and social process words. *Journal of Research in Personality.* 2020;(89), Article 104035. DOI: 10.1016/j.jrp.2020.104035

35. Myskin SV. Introduction to Organizational Psycholinguistics. *Journal of Psycholinguistic Research.* 2022;(51(3):437-453. DOI: 10.1007/s10936-021-09785-0

36. Oen VD, Svihus J, Solberg SHR, Harris A, Eid J. Crisis leadership in COVID-19: A qualitative study of Norwegian business leaders. *Frontiers in Psychology.* 2022;(13):1-13. DOI: 10.3389/fpsyg.2022.937935

37. Shymko V. Psycholinguistics of Organizational Phenomena: A Case of the Managerial Culture Study. *Psycholinguistics.* 2022;(31(1):173-186. DOI: 10.31470/2309-1797-2022-31-1-173-186.

### Информация об авторах

**Е. Ю. Ионкина** — кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков.

**О. А. Евтушенко** — доктор филологических наук, профессор кафедры иностранных языков.

**О. А. Шестакова** — кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков.

### Information about the authors

**E. Yu. Ionkina** — Cand. of Sci. (Philology), Associate Professor of the Department of Foreign Languages.

**O. A. Evtushenko** — Doctor of Sci. (Philology), Professor of the Department of Foreign Languages.

**O. A. Shestakova** — Cand. of Sci. (Philology), Associate Professor of the Department of Foreign Languages.

---

Статья поступила в редакцию 10.04.2024; одобрена после рецензирования 15.04.2024; принята к публикации 21.04.2024.

The article was submitted 10.04.2024; approved after reviewing 15.04.2024; accepted for publication 21.04.2024.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflicts of interests.

Научная статья

УДК 811.161.1

doi: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-107-113

## ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ИССЛЕДОВАНИЮ ТЕКСТОВ МОШЕННИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Людмила Александровна Тугай<sup>1</sup>, Александра Анатольевна Миронова<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет, Челябинск, Россия, l\_tugai@mail.ru, 0009-0006-0535-3130

<sup>2</sup> Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет), Челябинск, Россия, mironovaaa@susu.ru, 0000-0001-5910-8567

**Аннотация.** В статье уделяется внимание современному российскому психолингвистическому анализу в исследовании мошеннического дискурса. Показано, что в настоящее время в стране в результате роста количества преступлений, совершаемых с помощью мобильных телефонов, повышается научный интерес к речи мошенника, способам воздействия на жертву, а также встает вопрос о необходимости эффективной защиты от нежелательной коммуникации. Актуальным является описание живой речи мошенника в реальной коммуникативной ситуации, предмет научного поиска привлекает исследователей возможностью понять механизмы и методы воздействия на сознание реальной или потенциальной жертвы. Материалом выступили записи дословного содержания фонограмм в рамках уголовных дел. Авторами предпринимается попытка рассмотреть текст речи мошенника с точки зрения психолингвистического подхода. Делается обзор научных взглядов российских ученых на манипуляцию мнением и поступками, квалифицируются основные понятия. Раскрываются понятия «языковая картина мира», «языковое сознание». Авторы научной статьи аргументированно продемонстрировали, как малейшее изменение коммуникативной обстановки моментально отражается на построении диалога. Изучается, как протекает процесс подмены языкового сознания в ситуации общения мошенника и жертвы. В центре внимания оказываются семантическая, прагматическая, синтаксическая стороны речевой манипуляции. Сделаны попытки выявить причины беспрекословного следования жертвы указаниям преступника. В заключении авторы доказали, что для предотвращения данного вида преступлений максимально важно донести до потенциальной жертвы, что необходимо разорвать коммуникативный акт (положить трубку), не давать преступнику ни малейшего шанса совершить подмену языковой картины мира, погрузить жертву в иллюзию, которая, исчезая, нанесет урон не только банковскому счету жертвы, но и психическому здоровью. Теоретическая значимость научной статьи видится в том, что исследованию подверглась реальная зафиксированная речь мошенника и был исследован суггестивный потенциал реплик. Результаты исследования будут полезны всем, кто оказывается жертвой в пределах мошеннического дискурса.

**Ключевые слова:** мошеннический дискурс, языковая картина мира, речевое воздействие, языковое сознание, манипуляция, психолингвистический анализ

**Для цитирования:** Тугай Л. А., Миронова А. А. Психолингвистический подход к исследованию текстов мошеннического дискурса // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 5 (487). С. 107–113. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-107-113.

Original article

## THE PSYCHOLINGUISTIC APPROACH TO THE STUDY OF FRAUDULENT DISCOURSE TEXTS

Lyudmila A. Tugai<sup>1</sup>, Alexandra A. Mironova<sup>2</sup>

<sup>1</sup> South Ural State Humanitarian Pedagogical University, Chelyabinsk, Russia, l\_tugai@mail.ru, 0009-0006-0535-3130

<sup>2</sup> South Ural State University (national research university), Chelyabinsk, Russia, mironovaaa@susu.ru, 0000-0001-5910-8567

**Abstract.** The article pays attention to modern Russian psycholinguistic analysis in the study of fraudulent discourse. It is shown that currently in the country, as a result of the increase in the number of crimes committed using

mobile phones, scientific interest in the speech of a fraudster, methods of influencing the victim is increasing, and the question of the need for effective protection against unwanted communication arises. The description of the live speech of a fraudster in a real communication situation is relevant; the subject of scientific research attracts researchers with the opportunity to understand the mechanisms and methods of influencing the consciousness of a real or potential victim. The material consisted of recordings of the verbatim content of phonograms in criminal cases. The authors attempt to consider the text of the fraudster's speech from the point of view of a psycholinguistic approach. A review is made of the scientific views of Russian scientists on the manipulation of opinions and actions, and the basic concepts are qualified. The concepts of "linguistic picture of the world" and "linguistic consciousness" are revealed. The authors of the scientific article convincingly demonstrated how the slightest change in the communication situation instantly affects the structure of the dialogue. We study how the process of substitution of linguistic consciousness occurs in a situation of communication between a fraudster and a victim. The focus is on the semantic, pragmatic, syntactic aspects of speech manipulation. Attempts have been made to identify the reasons for the victim's unquestioning adherence to the criminal's instructions. In conclusion, the authors proved that in order to prevent this type of crime, it is most important to convey to the potential victim that it is necessary to break off the communicative act (hang up), not to give the criminal the slightest chance to replace the linguistic picture of the world, to immerse the victim in an illusion, which, when disappearing, will cause damage not only to the victim's bank account, but also to mental health. The theoretical significance of the scientific article is seen in the fact that the real recorded speech of the fraudster was studied and the suggestive potential of the remarks was investigated. The results of the study will be useful to anyone who finds themselves a victim within the fraudulent discourse.

**Keywords:** fraudulent discourse, linguistic view of the world, linguistic persuasion, linguistic consciousness, manipulation, psycholinguistic analysis

**For citation:** Tugai LA, Mironova AA. The Psycholinguistic Approach to the Study of Fraudulent Discourse Texts. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2024;5(487):107-113. (In Russ.). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-107-113.

### Введение

В настоящее время изучение звучащей речи мошенника является наиболее актуальной научной задачей, так как из года в год увеличивается количество преступлений, совершенных с помощью мобильных телефонов. Дистантный способ совершения преступления приводит к тому, что речь мошенника, записанная в результате оперативно-розыскных мероприятий, является одним из существенных доказательств вины, а порой и единственным доказательством. При изучении голоса и речи злоумышленника появляется возможность понять специфику его действий, мотивы, а также увидеть арсенал методов воздействия на жертву.

В поле нашего исследовательского внимания — тексты дословного содержания фонограмм, которые можно отнести к мошенническому дискурсу. Стоит отметить, что в настоящее время данный дискурс активно изучается российскими учеными. В. И. Карасик и Г. Г. Слышкин в статье «Тенденции развития современного дискурса» говорят следующее: «Стимулом к развитию критического подхода к информации становится и рост преступности. Принципиальным отличием криминальной ситуации в цифровом обществе от предыдущих эпох становится тот факт, что мошеннический дискурс стал повседневной реальностью для всех членов социума» [8]. Также В. И. Кара-

сик в своей монографии «Языковая спираль: ценности, знаки, мотивы» уделяет внимание типам коммуникативных манипуляций и криминализации сознания [9].

В данной статье авторами была предпринята попытка исследования текстов мошеннического дискурса как объекта психолингвистического анализа. Именно этот вид анализа помогает не просто раскрыть внутреннее содержание текста, но и дает понимание глубины воздействия на адресата. В поле научных поисков исследователей все аспекты языкового сознания [4; 11; 14; 15].

Что же происходит в процессе совершения преступления? Почему взрослый здравомыслящий человек совершает ряд действий по указанию преступника? Просьбы, а порой даже и приказы злоумышленника выполняются без оглядки. Почему не включается пресловутое критическое мышление, когда это так необходимо? Как преступник усыпляет бдительность жертвы? В этих вопросах постараемся разобраться далее. И здесь актуальным выступают описания эмоций, передаваемых в процессе диалога [6; 7].

Неоспорим тот факт, что в процессе диалога мошенник оказывает влияние на сознание жертвы, а именно воздает некую подмену реальной языковой картины мира на воображаемую, выгодную для него. В. В. Красных дает следующие

определения: «Сознание есть продукт развития материи, специфически человеческая, высшая форма отражения действительности и высший тип психики, которые возникли в ходе исторического развития, в результате перехода к специфически человеческому образу жизни — к жизни в обществе. Языковое сознание — это один из аспектов сознания человека, та “ипостась” сознания, которая связана с речевой деятельностью личности. Языковая картина мира — мир в зеркале языка; вторичный, идеальный мир в языковой плоти; совокупность знаний о мире, закрепленных в языке» [14].

Обращаясь к мнению Ю. Н. Караулова, принимаем, что языковая картина мира — это совокупность всех концептуальных содержаний [10]. По словам А. Вежбицкой, «языковая картина мира — это исторически сложившаяся в обыденном сознании данного языкового коллектива и отраженная в языке совокупность представлений о мире, определенный способ концептуализации действительности» [1]. Также обратимся и к «Психолингвистике» Р. М. Фрумкиной, которая утверждает, что «Человек не может жить и развиваться, не построив — обязательно с помощью какой-либо знаковой системы — модель окружающего его мира. В общем случае в качестве такой системы выступает естественный язык... В силу привычки мы не замечаем культурную модель мира, отраженную в родном языке» [12].

Так как рассматриваемый нами текст — это дословное содержание живого диалога между преступником и жертвой, в результате которого преступник достиг своей цели, осуществив подмену реальной языковой картины мира на вымышленную, выключив критическое мышление жертвы, то обратимся еще и к определению, которое дают Майкл Холл и Боб Боденхамер в своей книге по НЛП. «Модель мира — карта реальности, уникальная репрезентация мира, основанная на обобщении нашего опыта; совокупность принципов деятельности человека» [13].

*Теоретическая значимость* исследования заключается в том, что исследованию подверглась живая речь мошенника и был исследован суггестивный потенциал реплик.

*Практическая значимость* исследования заключается в разработке рекомендаций, которые могут быть использованы для работы с гражданами для предотвращения преступления.

## Материалы и методы исследования

Материалом исследования послужили тексты дословного содержания спорных фонограмм. Источник — материалы уголовных дел, возбужденных по ст. 159 УК РФ «Мошенничество».

В ходе написания статьи использованы такие методы исследования, как анализ, синтез, наблюдение, классификация, описательный метод, метод компонентного анализа.

## Текст как объект психолингвистического анализа

Не лишним будет повториться и отметить, что исследуемый текст полностью воспринимался жертвой на слух. «Основная особенность восприятия речи на слух: слышание того, что ожидается или желается, вместо действительно воспринимаемого» [2].

Диалог начинается с четкого обозначения временных границ «М1 — ... смотрите, вы э, до одиннадцати успеваете?» Данный ход позволяет коммуниканту М1 задавать ритм диалога в рамках «здесь и сейчас», что прослеживается далее на протяжении всего диалога: Здесь мы помогаем; Я сейчас говорил с Юшковой Надеждой Алексеевной...; Поэтому сейчас, смотри, иди, до одиннадцати оплачивай десятку; Вы сейчас до одиннадцати закидывайте десятку, до двенадцати, всё, мы с вот этим вот заканчиваем. Данный прием помогает снизить тревогу коммуниканта Ж1, так как в результате подобных диалогов в прошлом она уже теряла денежные средства. Проживание ситуации именно сегодня и именно сейчас как бы отсекает прошлый негативный опыт Ж1 (Вот прошлый раз, прошлые годы, такая же хрень была со мной. Вы из меня вытаскивали, вытаскивали из меня ... и в конце концов с голой задницей оставили. Я потеряла всё! Всё и; Сергей Петрович, ну неужели вы меня обманываете опять а?) и вселяет в неё надежду, что в этот раз будет по-другому. Ж1 уже рисует в своем сознании красивую картинку, где она не обманута, а с деньгами. То есть подмена реальной картины мира на нереальную уже произошла. Теперь сам коммуникант Ж1 будет до последнего цепляться за веру в реальность происходящего, так как разочарование очень сложно пережить. Отметим также, что коммуникант М1 делает упор на аудальные предикаты (Я сейчас говорил; Услышала?). Очень четко прослеживается упор на кооперативные отношения (если говорить вашим языком), то есть коммуникант М1 показывает Ж1, что он сопереживает ей, старается для нее.

Коммуникант М1 присоединяется к лексике коммуниканта Ж1 и отзеркаливает ее. (Ж1 — Кошмар какой-то, это ад крошечный для меня. М1 — Ну-у кошмар сегодня закончится в этом, э-э, тут я гарантирую. Кошмар сегодня закончится).

Преобладает волюнтивный коммуникативный регистр речи коммуниканта М1. В рамках этого регистра прослеживается волюнтивная модусная рамка (присутствуют модальные предикативы *нужно, можно*; глаголы речевого воздействия *просить, хотеть*). Также стоит отметить, что в речи коммуниканта М1 преобладают глаголы совершенного вида (*получите, сделайте*), которые выражают необходимость быстрее достижения результата [5].

На лексико-семантическом уровне отметим следующее:

1) множественные повторы одних и тех же единиц: *до одиннадцати успеваете; до одиннадцати, оплачиваете десять; до одиннадцати иди закидывай десятку; поэтому повторяю, до одиннадцати, с тебя десять; до одиннадцати нарисуй десятку; Вы сейчас до одиннадцати закидывайте десятку; сейчас идите, закидывайте десять, до одиннадцати, я вас именно прошу;*

2) использование конструкций, характерных для разговорной речи: *Не тяни ни соплю, ни резину; довыпендриваемся, что будем сидеть несолоно хлебавши, и ты, и я; и в конце концов с голой задницей оставили; Валя, я тебе богом клянусь, я не вру тебе;*

3) конструкции-актуализаторы высказывания: *я ещё раз говорю.*

Многочисленные повторы просьбы внести денежную сумму до определенного часа, которые из мягкой просьбы переходят в приказ, потом снова в мягкую просьбу, переключение между стилями с официально-делового до разговорного, переключение с вы-сообщений на ты, а также варьирование обращений от официального до практически дружеского — всё это создает дружескую атмосферу диалога, добавляет экстремальную откровенность, которая неуместна в данной ситуации, но благодаря которой, у коммуниканта Ж1 отключается критическое мышление и появляется надежда на положительный для нее исход. Коммуникант Ж1 полностью погружается в иллюзию, что она получит обещанные денежные средства.

На фонетическом уровне следует отметить четкость произнесения фраз коммуниканта М1 уверенным ровным голосом иногда с повышением тона, истощенный голос коммуниканта Ж1,

невнятное произнесение, иногда проглатывание слов.

Логическое строение весьма предсказуемо. Коммуникант М1 явно доминирует в диалоге, его реплики более содержательны и эмоционально окрашены.

Стоит заметить, что все изменения в психологическом плане мгновенно отражаются в тексте. Идет строгий учет ответов и реакций коммуниканта Ж1 и молниеносная подстройка под них. (М1 — Валя, во-первых, Валентина, вы уже всё потеряли, как вы говорите, и вы уже с голой задницей, голее она не станет. Я повторю, я также сейчас оплачиваю деньги свои, кровно заработанные, как и вы. Плюс, вы знаете, какая у меня ситуация, сейчас в семье. Ж1 — Враг номер один тоже в семье. Ни сын, ни сноха, ни внучка, никто со мной не общается, только с презрением говорят. М1 — Ну, Валь, получите деньги, сделайте, Валь, получите деньги, сделайте детям подарок какой-то.) И диалог длится ровно до того момента, пока коммуникант М1 не понимает, что коммуникант Ж1 сделает всё, что было обозначено в диалоге.

Для наивного языкового сознания сотрудник ЦБ и Сбербанка всегда прав и не может обмануть, так как «данное сознание складывается из повседневного опыта» [12]. Человек ассоциирует звонящего с реальным сотрудником данной финансовой организации, опираясь на его представления о том, как себя должен вести банковский работник. В результате накопленных знаний человек понимает (его языковая картина мира такова), что в банке всё четко, все операции выполняются по определенной схеме и государство выступает гарантом законности всех проводимых сделок. Смысл слов заложен через функцию, которую они выполняют. Согласно понятийно-образному мышлению такие лексемы как Сбербанк и Центробанк находятся в ценностном поле и обладают определенным авторитетом. Причем стоит отметить, что жертвы (до того, как ими стали) никогда не общались по телефону с сотрудниками ЦБ и Сбербанка.

*Семантическая, прагматическая, синтаксическая стороны манипуляции.*

В семантическом плане манипуляция есть нужное говорящему преобразование фактуальной и концептуальной информации, в прагматическом плане это — различные операции с модальной частью высказывания (диктальная часть остается неизменной), в синтаксическом плане — это соотнесение высказывания с другими жанра-

ми, формами и модусами дискурса с целью замещения интерпретативных установок адресата [9].

Рассмотрим семантическую манипуляцию на следующем примере:

«М1 — Я еще раз вам повторяю, меня не нужно под одну гребенку со всякими людьми сравнивать, мы для вас подготовили деньги, оформили перевод, мы ждем только вас. Поэтому у меня один простой вопрос: вы будете получать эти деньги?».

В высказывании речь идет не о фактах, а о характеристиках действия, якобы совершенного автором, о его честности и ответственности, которые присущи ответственному банковскому работнику (оформил бумаги, точную цитату привести). Адресат обвиняет адресанта в том, что тот усомнился в его честности и посмел его причесать под одну гребенку с мошенником. Также упор делается на слово *получать*, хотя адресат требует от адресанта именно отдать денежные средства, а не получить их. То есть фактуальная информация в тексте полностью отсутствует, присутствует только концептуальная, но настойчиво концептуальная информация подменяется фактуальной.

На следующем примере рассмотрим прагматически организованную манипулятивную подачу информации:

«М1 — Моя хорошая, я еще раз повторяю, мошенники, если вот так вот делают, вы на, вы потом на телефон звоните, а там уже недоступно. Я с вами разговаривал неделю назад, вы спокойно перезвонили, мы с вами опять до всего договорились, потому что я не мошенник, я никуда не пропаду, телефон мой не выключается, я Малышев Сергей Петрович, работник Центробанка России. Но мне очень не нравится, что я, извините, э-э, выслушав ваши какие-то просьбы, оставил за вами документы, а в итоге вы хотите получить, но у вас вот всегда какой-то фактор вам мешает, то, простите, с ребенком вы сидите, то там улицу залило, то еще что-то в этом духе. Давайте так, вы либо езжайте сейчас оплачивайте, и мы переводим вам деньги, ну либо нам не о чем разговаривать, потому что, ей богу, я просто подставляюсь. Я сейчас, я вчера просто попросил работника банка, чтобы она с утра пришла на работу и занималась не своими текущими делами, да, какие, какие у нее есть, а оформляла ваш перевод, говорю, ну там женщина, она с утра с самого поедет, просила пораньше, мне вошли в положение. А в итоге я подставляю. Вот и всё».

Адресант использует весомое уточнение в поведении мошенников: «мошенники если вот так

вот делают, вы на, вы потом на телефон звоните, а там уже недоступно». Наречие «недоступно» является в данном контексте усилителем, доказательством, что адресант не мошенник. Автор высказывания манипулятивно пытается внедрить в сознание адресата, что всё происходящее имеет законную основу и никакого обмана нет. Также присутствует хронологическое описание событий, которые имели место быть и известны адресанту. Имеет место официальная самопрезентация с использованием положительнооценочных лексем «работник Центробанка России». Всё вышперечисленное добавляет в контекст положительную оценку текущей ситуации и должно исключить возможность обмана.

«М1 — Моя хорошая, давайте договоримся, вы вот оплачиваете десять — вам переводят деньги. Если что-то пойдет не так, я вам лично десятку переведу. Никто не будет, простите, с вами ссориться, какие-то проблемы из-за десяти тысяч рублей. Вы же там не миллион едете оплачивать, вы получаете копейки, не говоря о том, что оплачиваете, еще меньше. Поэтому давайте вот не будем с оскорблений начинать».

Приведенный выше фрагмент рассмотрим в качестве иллюстрации синтаксической манипуляции. Речь якобы сотрудника банка из официально-деловой превращается в разговорную, причем присутствие антонимического сочетания «миллионы—копейки» добавляет оттенок снисходительности. Заслуживает внимание заверение автора «Если что-то пойдет не так, я вам лично десятку переведу». С одной стороны, он представитель официальной организации, однако, с другой стороны, он всё возместит, если что-то не получится. Данным убеждением автор пытается заставить верить, что всё получится и рисков никаких нет. Институциональный (банковский) дискурс здесь переходит в мошеннический. Манипулятивный характер такого перехода состоит в эмоциональном уверении адресата и нейтрализации логических аргументов.

### Заключение

Анализ приемов речевой манипуляции в мошенническом дискурсе на примере записей звучащей речи позволяет констатировать, что в процессе совершения преступления злоумышленник, вводя жертву в состояние эмоционального потрясения, незаметно совершает подмену реальности, формирует новое представление об окружающем мире. Взрослый здравомыслящий человек совершает ряд действий по указанию

преступника, потому что уж очень красивая картинка (хотя и нереальная) вырисовывается в его сознании. Не включается критическое мышление, так как преступник сделал всё, чтобы войти в кооперативные отношения с жертвой, он уже друг, а не враг. Горькое разочарование наступит поз-

же, а пока действует эта магия «здесь и сейчас», жертва даже думать себе запрещает, что это всё обман. Анализ именно живой звучащей речи при помощи психолингвистического описания компонентов потока речи дает возможность предупредить возникновение ситуации обмана.

### Список источников

1. Вежибицкая А. Языковая картина мира как особый способ репрезентации образа мира в сознании человека // Вопросы языкознания. 2000. № 6. С. 33–38.
2. Залевская А. А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст : избранные труды. М. : Гнозис, 2005. 542 с.
3. Захарова Е. Ю. Лексическое разнообразие текста и способы его измерения // Вестник Тюменского государственного университета. Гуманитарные исследования. Humanitates. 2020. Т. 6, № 1 (21). С. 20–34. DOI: 10.21684/2411-197X-2020-6-1-20-34.
4. Знаков В. В. Психология понимания мира человека. М. : ИП РАН, 2021. 448 с.
5. Золотова Г. А. Коммуникативная грамматика русского языка / Рос. акад. наук. Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова, Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. филол. фак. М. : Ин-т рус. яз. РАН им. В. В. Виноградова, 2004. 323 с.
6. Грекова В. Е. Психолингвистический подход к определению базовых эмоций // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2009. № 1. С. 9–14.
7. Ионова С. В. Лингвистика эмоций в контексте современных научных исследований // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2022. № 3. С. 221–226.
8. Карасик В. И., Слышкин Г. Г. Тенденции развития современного дискурса // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2021. № 1. С. 14–31.
9. Карасик В. И. Языковая спираль: ценности, знаки, мотивы: монография // Научно-исследовательская лаборатория «Аксиологическая лингвистика». М. : Гнозис, 2019. 422 с.
10. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М. : Наука, 1989. 264 с.
11. Тарасов Е. Ф. Прологомены к теории языкового сознания // Вопросы психолингвистики. 2014. № 4. С. 24–35.
12. Фрумкина Р. М. Психолингвистика. М. : Академия, 2003. 320 с.
13. Холл М. НЛП: полный курс. М. : АСТ, 2022. 432 с.
14. Уфимцева Н. В. Языковое сознание: динамика и вариативность. М. : Институт языкознания РАН, 2011. 252 с.
15. Aikhenvald A. Y., Storch A. (eds.) Perception and Cognition in Language and Culture. Leideb, Boston : Brill, 2013. 279 p.

### References

1. Vezhbitskaya A. Linguistic picture of the world as a special way of representing the image of the world in human consciousness. *Voprosy yazyk'koznaniya* = Questions of linguistics. 2000;(6):33-38. (In Russ.).
2. Zalevskaya AA. Psixolingvisticheskie issledovaniya. Slovo. Tekst: Izbranny'e trudy' = Psycholinguistic research. Word. Text: Selected works. Moscow; 2005. 542 p. (In Russ.).
3. Zakharova EYu, Savina OYu. Lexical diversity of text and ways of measuring it. *Vestnik Tyumenskogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarny'e issledovaniya. Humanitates = Bulletin of Tyumen State University. Humanities studies. Humanities*, 2000;(6):20-34. DOI: 10.21684/2411-197X-2020-6-1-20-34. (In Russ.).
4. Znakov VV. Psihologija ponimaniya mira cheloveka = Psychology of the man's world understanding. Moscow; 2021. 448 p. (In Russ.).
5. Zolotova GA. Kommunikativnaya grammatika russkogo yazyka = Communicative grammar of the Russian language. Lomonosov Moscow State University. Moscow; 2004. 323 p. (In Russ.).
6. Grekova VE. Psycholinguistic approach to the definition of basic emotions. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Lingvistika = Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics*. 2009;(1):9-14. (In Russ.).

7. Ionova SV. Linguistics of emotions in the context of the modern scientific researches. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta = Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University*. 2022;(3):221-226. (In Russ.).

8. Karasik VI, Slyshkin GG. Trends in the development of modern discourse. *Aktual'ny'e problemy` filologii i pedagogicheskoy lingvistiki* = Actual problems of philology and pedagogical linguistics. 2021;(1):14-31. (In Russ.).

9. Karasik VI. Yazy`kovaya spiral`: cennosti, znaki, motivy`: monografiya =The linguistic spiral: values, signs, motives: monograph. Scientific research laboratory "Axiological Linguistics". Moscow; 2019. 422 p. (In Russ.).

10. Karaulov YuN. Russkij yazy`k i yazy`kovaya lichnost`=Russian language and linguistic personality. Moscow; 1989. 264 p. (In Russ.).

11. Tarasov EF. Prolegomena to the theory of linguistic consciousness. *Voprosy` psixolingvistiki*= Questions of psycholinguistics. 2014;(4):24-35. (In Russ.).

12. Frumkina RM. Psixolingvistika = Psycholinguistics: Textbook for students. Universities. Moscow; 2003. 320 p. (In Russ.).

13. Hall M. NLP: polny`j kurs = NLP: the complete course Moscow; 2022. 432 p. (In Russ.).

14. Ufimceva NV. Jazykovoje soznanie: dinamika i variativnost` = Linguistic consciousness: dynamics and variability. Moscow; 2011. 252 p. (In Russ.).

15. Aikhenvald AY, Storch A. (eds.) Perception and Cognition in Language and Culture. Leideb, Boston: Brill; 2013. 279 p.

### Информация об авторах

**Л. А. Тугай** — аспирант кафедры русского языка и методики обучения русскому языку.

**А. А. Миронова** — доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры русского языка как иностранного.

### Information about the authors

**L. A. Tugai** — Postgraduate Student, Department of the Russian Language and Russian Language Teaching Methods.

**A. A. Mironova** — Doctor of Philological Sciences, Associate Professor, Professor of the Department of Russian as a Foreign Language.

---

*Статья поступила в редакцию 10.02.2024; одобрена после рецензирования 15.03.2024; принята к публикации 21.04.2024.*

*The article was submitted 10.02.2024; approved after reviewing 15.03.2024; accepted for publication 21.04.2024.*

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflicts of interests.

Научная статья

УДК 81'23

doi: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-114-122

## ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О РУССКОМ ЯЗЫКЕ В СОЗНАНИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО (на материале психолингвистического эксперимента)

Наталья Дмитриевна Федяева<sup>1</sup>, Ирина Сергеевна Харитоновна<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Омский государственный педагогический университет, Омск, Россия, ndfed@yandex.ru, 0000-0003-1595-0482

<sup>2</sup> Южно-Уральский государственный университет, Челябинск, Россия, harit22irl@mail.ru

**Аннотация.** Описываются результаты психолингвистического эксперимента, направленного на выявление представлений о русском языке в сознании преподавателей русского языка как иностранного. Специфика эксперимента заключается в эксплицированном профессионально ориентированном характере стимула *русский язык*; при планировании эксперимента был обобщен опыт аналогичных исследований с респондентами-филологами. Одной из гипотез, предшествующих проведению эксперимента, стало предположение о совмещении в языковом сознании преподавателей наивных и научных представлений о русском языке. Эксперимент, построенный по модели свободного цепного, проводился в марте–апреле 2023 г. Описанный материал извлечен из 177 опросных листов, общее количество проанализированных реакций — 1 185. На первом этапе анализа реакции были охарактеризованы в структурно-грамматическом аспекте (преобладают однословные ассоциаты, выраженные именами существительными), на втором — в семантическом. Семантический анализ ассоциатов позволил выделить три семантических поля: «Русский язык как объект оценки», «Русский язык как основа национального самосознания», «Русский язык как учебный предмет». При анализе реакций, составивших первое поле, оказалось целесообразным обращение к типологии оценочных значений, предложенной Н. Д. Арутюновой. В результате было установлено преобладание в поле частнооценочных значений широкого спектра. Во втором поле объединены реакции на основании их лингвокультурного потенциала: так, в поле включены этнонимы, культурно значимые топонимы, прецедентные феномены, слова-символы. Третье поле наиболее явно представляет результаты работы профессионального языкового сознания и включает реакции по преимуществу терминологического характера, соотносящиеся с лингвистическими понятиями, разделами курса «Русский язык» и т. п. Интерпретация эмпирического материала свидетельствует о профессионализации понятия «русский язык» в когнитивном пространстве филологов, подтверждает гипотезу об отражении в ассоциациях специфики преподавания русского языка как иностранного, совмещающего обучение языку с погружением в русскую культуру и межкультурную коммуникацию. Обыденные представления респондентов включают положительные ассоциативно-оценочные смыслы.

**Ключевые слова:** русский язык, преподаватель русского языка как иностранного, психолингвистический эксперимент, семантическое поле, оценка, профессиональное языковое сознание

**Для цитирования:** Федяева Н. Д., Харитоновна И. С. Представления о русском языке в сознании преподавателей русского языка как иностранного (на материале психолингвистического эксперимента) // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 5 (487). С. 114–122. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-114-122.

Original article

## PERCEPTIONS OF THE RUSSIAN LANGUAGE IN THE MINDS OF TEACHERS OF RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE (Based on a Psycholinguistic Experiment)

Natalia D. Fedyaeva<sup>1</sup>, Irina S. Kharitonova<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Omsk State Pedagogical University, Omsk, Russia, ndfed@yandex.ru, 0000-0003-1595-0482

<sup>2</sup>South Ural State University Chelyabinsk, Russia, xarit22irl@mail.ru

**Abstract.** The article describes the results of a psycholinguistic experiment aimed at identifying the perceptions of the Russian language in the minds of teachers of Russian as a foreign language. The specificity of the experiment consists of the explicit professionally oriented character of the stimulus *Russian language*; during planning the experiment, the experience of similar studies with respondents-physicians was generalized of similar studies with respondents-philologists. One of the hypotheses, that preceded the experiment was the assumption that the teachers' linguistic consciousness combines naive and scientific ideas about the Russian language in the teachers' linguistic consciousness language. The experiment, built according to the free-chain model, was conducted in March–April 2023. The described material was extracted from 177 questionnaires, the total number of analyzed reactions is 1,185. In the first stage of the analysis, the reactions were characterized in structural and grammatical aspect (predominantly one-word associations expressed by nouns), and at the second stage — in the semantic aspect. Semantic analysis of the associates allowed us to distinguish three semantic fields: “Russian language as an object of evaluation”, “Russian language as the basis of national Russian language as an object of evaluation”, “Russian language as the basis of national self-consciousness”, and “Russian language as an academic subject”. While analyzing the reactions that made up the first field, it proved expedient to refer to the typology of evaluative meanings proposed by N. D. Arutyunova. As a result, the predominance of private evaluative meanings in the field was established of a wide spectrum. The second field combines reactions based on their linguocultural potential: thus, the field includes ethnonyms, culturally significant toponyms, precedent phenomena, and symbolic words. The third field most clearly represents the results of the work of professional linguistic consciousness and includes reactions of mainly terminological nature, correlated with linguistic concepts, sections of the course “Russian Language”, etc. The interpretation of the empirical material testifies to the professionalization of the concept “Russian language” in the cognitive space of philologists and confirms the hypothesis that associations reflect the specifics of teaching Russian as a foreign language, combining language teaching with immersion in Russian culture and intercultural communication. The respondents' everyday perceptions include positive associative and evaluative meanings.

**Keywords:** Russian language, teacher of Russian as a foreign language, psycholinguistic experiment, semantic field, evaluation, professional language consciousness

**For citation:** Fedyaeva ND, Kharitonova IS. Perceptions of the Russian Language in the Minds of Teachers of Russian as a Foreign Language (Based on a Psycholinguistic Experiment). *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2024;(5(487):114-122. (In Russ.). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-114-122.

### Введение

Язык как «явление повседневное» [9, с. 30] осмысливается специально, комплексно, целенаправленно — в рамках содружества наук, составляющих филологию, а также познается, осознается и оценивается спонтанно, на основе жизненного опыта и практик повседневного существования — в границах наивной картины мира.

Научные взгляды на язык эксплицированы и составляют содержание научных теорий, несущих отпечаток эпохи создания и личности автора. Наивные (бытовые) представления репрезентированы в семантике языковых/речевых/текстовых единиц, задача систематизации этих представлений требует применения специальных методов.

Современные языковеды со- и противопоставляют научные и наивные взгляды на язык (см., например, [9]), предлагают в структуре языкового сознания выделять сознание метаязыковое, включающее «факты осмысления языковых закономерностей» [2], дифференцируют языковую, речевую и метаязыковую рефлексии [2; 13; 14] и др.).

Среди методов, используемых для реконструкции взглядов на язык, выделяется ассоциативный эксперимент, нацеленный на уточнение содержания соответствующего концепта. Одним из первых описаний, демонстрирующих результаты применения этого метода, является диссертация Л. А. Тавдгиридзе «Концепт “русский язык” в русском языковом сознании» (2005).

«Исследование Л. А. Тавдгиридзе показало, что концепту русский язык русское когнитивное сознание приписывает многочисленные человеческие качества — моральные, психические, интеллектуальные, физические, эмоциональные, культурные навыки (умный, вежливый, культурный, ласковый, веселый, живой и др.). Эти признаки переносятся на язык с человека, который владеет языком, и создают антропоморфный образ языка как человека — носителя определенных качеств» [12, с. 58].

В последние годы ассоциативные эксперименты со стимулами *язык, русский язык, родной язык* активно проводятся, а их результаты обсуждаются в научных публикациях. Заметим, что преобладают эксперименты с уточненным стимулом типа «прилагательное + существительное *язык*», что соответствует склонности наивного сознания, предпочитающего конкретное универсальному: «Но наивные пользователи языка не ждут создания такого универсального знания, равно понятного как профессионалу, так и непрофессионалу, ведь обращаться с предметами и явлениями, общаться друг с другом и изучать чужие языки им приходится уже сейчас или приходилось еще вчера» [9, с. 31]. Так, эксперименты со стимулом *русский язык* были проведены О. В. Шушаковой (2012), М. А. Дрогой (2015), Е. В. Ерофеевой, К. В. Виноградовой (2016); Ю. Ю. Литвиненко, Е. Ю. Некрасовой, М. А. Шутяк (2019); Т. Н. Журавель, В. В. Безбатченко (2022). Респондентами в этих экспериментах были школьники и студенты, среди последних выделялись группы по направлению подготовки (гуманитарные и технические специальности), по родному языку (носители русского языка как родного и иностранного), месту жительства и др.

Подчеркнем в связи с нашим исследованием, что для части респондентов описанных экспериментов язык составлял и предмет особого изучения; как следствие, представления о языке таких респондентов не могут быть оценены как исключительно наивные.

Квалификация и особые компетенции респондентов позволяют представить концепты «язык», «русский язык», «родной язык» дифференцированно. Так, в работе Л. А. Тавдгиридзе показано, что «мастера слова (публицисты, писатели и поэты) преимущественно концептуализируют язык в виде когнитивной метафоры и сравнения, связывая его в своем сознании с явлениями действительности и природы» [15, с. 217]. Эксперименты, проведенные среди студентов-филологов, свиде-

тельствуют, что в сознании последних в ядре понятия «язык» находятся специальные (научные) представления, формируемые такими признаками/семами, как «языковая система», «наука», «культура», «семиотика», «текст» и «дискурс» и пр., но и обыденный взгляд на язык в структуре понятия сохраняется.

Планируя проведение эксперимента, мы предположили, во-первых, что представления о русском языке в сознании тех, для кого он является содержанием профессиональной деятельности, имеют специфику. Это предположение позволило нам привлечь к участию в эксперименте преподавателей-филологов. Вторую часть гипотезы составила мысль о том, что особенности преподавания русского языка как иностранного, совмещающего обучение языку с погружением в русскую культуру и межкультурную коммуникацию, то есть предполагающего формирование и развитие вторичной языковой личности обучаемого, также найдет отражение в ассоциациях. По этой причине мы ограничили круг участников эксперимента преподавателями русского языка как иностранного.

Цель эксперимента — обобщить представления о русском языке в сознании преподавателей русского языка как иностранного (далее — РКИ) посредством анализа полученного ассоциативного поля.

### Описание материала и методов исследования

Материалом для исследования послужили результаты свободного ассоциативного эксперимента, проводившегося в период с марта по апрель 2023 г. Эксперимент осуществлялся посредством Google-формы, в которой пользователь никак не идентифицировался при прохождении опроса, кроме указания информации о месте работы. Респондентами выступили 177 преподавателей РКИ из более чем 40 университетов, а также самозанятые (репетиторы и преподаватели онлайн-школ). Опросник был размещен в профессиональном сообществе «RKI.today» (социальная сеть ВКонтакте, 14,2К подписчиков) и в телеграм-канале РКИ TalksМетодика (4002 участника), а также отправлен в личные сообщения знакомым коллегам.

Участникам эксперимента предлагалась следующая инструкция: «Какие ассоциации вызывает у Вас словосочетание “русский язык”? Напишите как можно больше слов/словосочетаний, которые приходят Вам в голову». Время не ограничивалось.

Уточним характер эксперимента.

По ряду параметров он не соответствует канонам ассоциативного эксперимента: во-первых, не включены шумовые стимулы, как следствие, интересующий исследователя стимул является явным, во-вторых, этот стимул является профессионально ориентированным, а значит, отрефлексируемым, в-третьих, не соблюдался критерий возраста — эта характеристика респондента не являлась релевантной.

В то же время по типу задания и по подходам к описанию результатов проведенный эксперимент соответствует классической модели ассоциативного эксперимента. Данные респондентами реакции на стимул объединены в поле и проанализированы в аспекте формы и содержания. Ограничений на характер реакций и их количество не накладывалось, что традиционно для свободного (ненаправленного) эксперимента. Проведенный эксперимент также может быть определен как цепной, то есть эксперимент с продолжающейся реакцией.

Количество полученного и проанализированного материала составило 1 185 реакций (в среднем на одного испытуемого приходится 6,7 реакции), из которых 148 повторяющихся и 413 единичных.

В ответах респондентов встречаются как однословные ассоциаты (953 реакции), так и раздельнооформленные (232 реакции). Среди однословных ассоциатов преобладают имена существительные (55,2 %) и имена прилагательные (40 %). Слова других частей речи представлены в незначительном количестве: наречия, категория состояния — 1,8 %, глаголы — 1 %, местоимения — 0,8 %, числительные и причастия — по 0,1 %. Среди однословных ответов преобладают именные словосочетания.

Семантический и статистический анализ ассоциатов позволил выделить три семантических поля: «Русский язык как объект оценки», «Русский язык как основа национального самосознания» и «Русский язык как учебный предмет», каждое из которых включает тематические группы, рассмотренные далее.

Основанием для включения реакций в одно из полей стала семантика, понимаемая в традиции омской лингвоантропологической школы: «её [антропоцентристской семантики. — Н. Ф., И. Х.] объекты (языковые образы-концепты) “включены” как сложные содержательные структуры (сгустки смысла) во все семантизированные уровни языка и по этой причине должны исследо-

ваться комплексно, через обращение ко всем значимым языковым единицам в их реальном взаимодействии, посредством которого происходит отражение в речи той или иной ментальной сущности» [11, с. 151].

Заметим, что распределение реакций по семантическим полям носит в известной степени условный характер, допускает множественность подходов, что свидетельствует о многократно подтвержденном пересечении полей и микрополей. Так, реакции *огромный*, *масштабный* и подоб. могут быть отнесены к размерным и к интеллектуальным; *школа*, *филфак*, *университет* могут подразумевать место как обучения, так и работы; *звуки*, *грамматика*, *синонимы* респондентами изучаются и преподаются.

### Представление результатов и их обсуждение

#### Поле «Русский язык как объект оценки»

Оценка сопровождает естественную коммуникацию, оценочность реакций на профессионально ориентированный стимул была ожидаемой: «человек аксиологически маркирует объекты внешнего мира, входящие в круг его вращения» [1, с. 84].

При анализе реакций поля «Русский язык как объект оценки» мы использовали классификацию оценочных значений Н. Д. Арутюновой. В основе классификации оценки лежит дихотомия хорошего и плохого, реализуемая в языке общеоценочными и частнооценочными значениями, последние делятся на сенсорные, сублимированные и рационалистические [1, с. 76].

В ассоциативном материале оценочные реакции, составляющие 42,7 % от общего числа ответов, представлены только частнооценочными значениями. Очевидно, что для филологов язык не бывает объектом оценки «хорошо/плохо», она выводится из множества аксиологически релевантных свойств языка, раскрывающих его многоаспектность. Для сравнения, в исследовании Л. А. Тавдгиридзе признак «хороший» представлен достаточно ярко и, расположившись на третьем месте после определений «грубый» и «интересный», входит в ближнюю периферию [15].

Самой представительной в количественном отношении является группа интеллектуальных оценок (70 %). Русский язык характеризуется преподавателями РКИ как богатый (95 — здесь и далее указано количество реакций), сложный (79), великий и могучий (77), выразительный (38), логичный (21), уникальный (14), интересный (14),

нелогичный (9), свободный (7), живой (3). Прокомментируем некоторые реакции.

Реакция *великий и могучий* — парафраз выражения *русский язык* — отсылает к одному из прецедентных текстов русской литературы.

В значении прилагательного *сложный* («представляющий затруднение для чего-либо») содержится, казалось бы, отрицательная оценка, однако, когда оценка не детерминирована, «знак определяется местом соответствующей ситуации в ценностной картине мира» [3, с. 19]. Сложность не может иметь отрицательную оценку в языковом сознании филолога. В реакциях *трудный, но интересный язык; трудный, но красивый* респонденты будто бы оправдывают сложность объекта оценки; обратим внимание на последовательность компонентов относительно союза *но*.

Логичность языка отражена в реакциях *логичный (7), правила (5), системный (2), системность (2), логика, логичность, иерархичность, структура, структурный, конструктор, каноны*. Нелогичность вербализована единицами *нелогичный, непредсказуемый, загадочный, запутанный, исключения из правил, исключения, много исключений, много правил и исключений, жи-ши пиши с буквой И, не надо исправлять носителей*. Русисты в отличие от рядового носителя знают о внутреннем устройстве языка, о многообразии связей между языковыми единицами. Язык обладает структурой, где правила и исключения — диалектически связанные явления.

К сенсорным относят «оценки, связанные с ощущениями, чувственным опытом — физическим и психическим» [1, с. 76]. Сенсорные оценки подразделяются на сенсорно-вкусовые (гедонистические) и психологические, которые могут основываться на интеллектуальном и/или эмоциональном восприятии.

Преимущественное большинство реакций в категории чувственных представлений (38) характеризует звуковой образ языка (21). Так, с одной стороны, отмечается *музыкальность (мелодичность, певучесть), ритмичность, звучность* языка. С другой стороны, отрицательную оценку передают следующие ассоциаты: *звучит грубовато, грубый, лексемы громогласный, раскатистый, рокошущий, хлёсткий*, содержащие негативно-оценочное наполнение «чересчур звучный». Зрительный образ русского языка представлен характеристиками цвета (*яркий (7), красочный*) и размера (*масштабный, огромный, что-то большое, большой*).

Осязательные, обонятельные и вкусовые реакции единичны (*вкусный, тёплый, весенний запах*

*вскопанной земли, запах сена, запах хвои*), индивидуализированы, поэтому не поддаются интерпретации.

К эмоциональным оценкам (форма психологической оценки наряду с интеллектуальной) отнесены единицы, при помощи которых передаются переживания, положительные и отрицательные эмоции или чувства: *любимый (8), любовь (4), гордость (3), уважение (2), вдохновение (2), для вдохновения, люблю, я люблю русский язык, для любви, моя отрада, отрада, радость, восхищает, классно; господи, зачем я в это ввязалась?; кому это нужно? страшно, пугает, надо, печальный, захватывающий*.

Реакции, характеризующие язык с точки зрения этических и эстетических представлений, составляют группу сублимированных оценок, которые «возвышаются над сенсорными оценками, “гуманизируя” их» [1, с. 76]. В ответах информантов отсутствует отрицательная эстетическая и этическая оценка. Язык в сознании русистов живой, обладает сердцем и душой, и поэтому ему приписываются такие качества, как *доброта, душевность, толерантность, честность, открытость, смелость*. Красивым охарактеризовали язык 44 респондента. Однако данная категория оценки немногочисленна (11,4 %) и входит в крайнюю периферию.

Выразительность языка проявляется в *гибкости (5), эмоциональности (5), глубине (4), образности (3), поэтичности (2), тонкости (2), точности (2), чувственности (2)*.

Рационалистические оценки «связаны с практической деятельностью, практическими интересами и повседневным опытом человека» [1, с. 76]. В качестве аспектов выделения категорий лежат утилитарность, нормативность и телеологичность. Так, русский язык характеризуется как престижный (*важный (2), популярный (2), элитарность, главный, важно*). За реакциями *язык мира, язык мира и дружбы, дружба народов, объединяющий (3)* кроется идея предназначения языка, заключающегося в обеспечении единства, взаимопонимания на разных уровнях. Очевидно, что это предназначение оценивается респондентами положительно.

Сопоставляя представленность в этом поле положительных и отрицательных оценок, мы видим преобладание первых. Филологи осознают и утверждают ценность русского языка, выделяя преимущественно его достоинства. Заметим, что в упомянутом выше исследовании Л. А. Тавдгиридзе отрицательно-оценочные признаки со-

ставляют 17 % (реакции *матерный, нецензурный, пошлый, грубый, засорённый, много заимствованный* и др.).

**Поле «Русский язык как основа национально-го самосознания»**

«Ярким отражением характера и мировоззрения народа является язык, и в частности его лексический состав» [8, С. 25]. Второе семантическое поле объединяет реакции, характеризующие язык как основу национального самосознания (общее количество реакций — 432 (36, 5 %)).

Образ русского языка неразрывно связан с *Россией* (31) и осознанием этнической принадлежности (*славяне* (3), *русский мир* (2), *русский человек* (2), *русский народ, русская речь, русский дух* и др.). Языковые единицы *славянский* (6), *язык Пушкина* (4), *древний* (2), *древнерусский, старославянский, язык родителей, но не бабушек и дедушек* «сообщают» об истоках и историческом пути языка. Практически половина участников психолингвистического эксперимента (46 %) дают ассоциацию, имеющую семантический компонент «родной» (*родной, мой, свой, носитель* и др.). В это же микрополе отнесены ответные реакции *мама* (3), *первое слово в жизни человека, семья, мать, папа, детство, дом* (родной язык — материнский, усвоенный с детства).

Пересечение полей обнаруживается в следующей группе реакций, отнесенных выше к рационалистическим (телеологическим). Помимо наличия разных статусов и коммуникативных рангов, которые отмечаются в реакциях *международный* (5), *мировой язык* (2), *государственный* (2), *официальный* (2), *язык межнационального общения* (2), *язык межкультурного общения, средство международного общения; язык ООН* — всего 17 реакций, подчеркивается объединяющая сила языка (25): *объединяющий* (3), *мы одна семья, многонациональная Россия, язык русского народа, язык большой страны, подруга по вузу, друзья, скрепы, гуманитарная миссия, язык мира и дружбы, толерантность, дружба народов* и др.

Культурная ипостась языка нашла отражение в реакции *культура* (20), а также в реакциях, называющих сферу культуры, а именно: литературу и ее представителей (105), искусство и его формы (11), выдающихся личностей и значимые факты в истории (11), фольклор и его образы (10), религиозные воззрения (5). Помимо этого, были названы объекты материальной культуры, обозначающие еду, напитки, музыкальные инструменты.

Сгруппированные ниже реакции не частотны, однако культурно информативны и в совокупно-

сти составляют собирательную символическую картину, к тому же многие из слов лингвоспецифичны (трудно найти аналоги в других языках): *матрёшка* (3), *балет/русский балет* (2), *православие* (2), *Гагарин* (2), *балалайка, блины, борщи, квас, пряник, водка, чай со смородиновым вареньем, хохлома, узоры, мозаика, цари, богатыри, Красная площадь, красивые девушки, русский мат, анекдоты, книжность, советские фильмы, космос, Путин, В. И. Ленин, ВОВ*. Символическими фигурами русской литературы, помимо *А. С. Пушкина* (29), предсказуемо стали *Ф. М. Достоевский* (10), *Л. Н. Толстой* (5), *А. П. Чехов* (3).

Несмотря на широкий территориальный охват респондентов (от Белгорода до Владивостока), испытуемыми были названы только три топонима: *Москва* и *Сибирь* (по пять реакций), *Калуга* (1). При этом стимул вызвал 38 реакций, называющих природные объекты и явления. В зрительном образе *лесов* (11) и *просторных полей* (6) и ощущении *холода/мороза* (4) заключен природно-ландшафтный культурный код. «Тема пространственной беспредельности — один из структурообразующих элементов русской культуры»: в лингвоспецифичном слове *простор* «выражается идея любования или наслаждения большими расстояниями» [8, с. 66].

В незначительной по объему группе ассоциаций социального, экономического и политического содержания: *В России живут только Москва и Питер, бедность, тяжелая жизнь бедных людей, война, пропаганда, прекрасное будущее, интеллигенция* — преобладают реакции негативного характера.

Вопрос репрезентации ключевых идей лингвокультуры особенно актуален в теории и практике преподавания иностранных языков. Полученные ассоциации интересны с точки зрения бытования в сознании преподавателей РКИ связанных образов, ценностных ориентаций, убеждений, стереотипов, передаваемых иностранным учащимся в процессе обучения.

**Поле «Русский язык как учебный предмет»**

Третье семантическое поле (19,6 %) наглядно демонстрирует профессионализацию языкового сознания.

Прежде всего для респондентов русский язык — это работа (*работа* (11), *профессия* (3), *моя профессия* (2), *специальность* (2), *любимая профессия, люблю учить русскому; это моя работа и моя жизнь, моя работа, кропотливая работа, методика, подготовка, господи, зачем я в это связалась?; кому это нужно?*), реализуемая

в преподавании (*обучение* (5), *преподавание* (2), *урок* (2), *преподавание детям иностранцам, преподавание иностранцам, занятия, уроки, уроки с мигрантами*), имеющая свои средства для достижения целей (*учебник* (4), *азбука* (3), *книги* (3), *«Дорога в Россию»* (2), *перевод* (2), *букварь, алфавит, орфографический словарь, картинки, словари, «Русский сезон, Русский язык-мой друг, Точка.Ру, Поехали, Матрешка (и многие другие учебники)»*), *рабочая программа*) с помощью разнообразных форм и видов деятельности (*диктант* (2), *ЕГЭ* (2), *экзамен* (2), *сочинение, контрольная, изложение, упражнение, централизованное тестирование, тотальный диктант, олимпиада «Русский медвежонок», государственный экзамен; «пишем число, классная работа»*).

Весьма многочисленны локализирующие ассоциации: *школа* (12), *школьный предмет* (3), *школьный* (2), *кафедра* (2), *предмет в школе, филфак, Институт русского языка, университет; кабинет, университетский*. Отметим, что эти ассоциации характерны и для респондентов-нефилологов. Так, в Русском ассоциативном словаре под ред. Ю. Н. Караулова<sup>1</sup> стимул *русский язык* имеет 103 реакции, из которых 28 связаны с обучением в школе: *предмет* (6), *школа* (5), *ошибки, урок* (2), *букварь, в школе, Валентина Ивановна, диктант, и литература, книга, литература, математика, писать, Соколова, сочинение, учили, экзамен*.

Более конкретно о своей специальности и преподаваемой дисциплине сказали 16 человек (*РКИ* (6), *русский как иностранный* (3), *русский язык как иностранный* (2), *как иностранный* (2), *как неродной, второй, «ряки», язык специальности, язык медицины*). Однако специализация «прочитывается» и в группах реакций, говорящих об учениках (*иностранцы студенты* (3), *иностранец* (2), *студенты* (2), *для китайских студентов, иностранцы, преподавание детям иностранцам, преподавание иностранцам, уроки с мигрантами*) и средствах обучения (*«Дорога в Россию»* (2), *перевод* (2), *Русский сезон, Русский язык-мой друг, Точка.Ру, Поехали, Матрешка (и многие другие учебники)*). Результат деятельности определяют только две реакции: *говорить бегло, грамотность*.

Значительную часть поля «Русский язык как объект изучения» составляют термины, называющие аспекты изучения языка, грамматические категории, части слова, лексикологические по-

нятия: *грамматика* (10), *падежи* (5), *синтаксис* (4), *окончания* (3), *кириллица* (3), *флективный* (2), *морфология* (2), *слово* (2), *орфография* (2), *пунктуация* (2), *суффиксы и префиксы, флексии, слова, орфоэпия, стилистика, фонетика, фразеология, шесть падежей, категория рода, СВ и НСВ, спряжение, падеж, метафоры, эпитеты, синонимия, синонимы, фразеологизмы, полисемия, пословицы и поговорки; неологизмы, алфавит, языковая игра, двойное отрицание, активные процессы, ассоциативность, вязь, афоризмы, буквы, звуки, интонации, курсив, запятая, лексика, лингвистика, литературный язык и диалекты, многозначность, скрепы, уменьшительно-ласкательные слова, развитие речи, разговорная речь, ударение, свободный порядок слов, подвижное ударение, синтетический, Даль, Ладыженская, Ожегов, Ткачѳв*.

Наиболее частотные реакции передают природу русского языка, а именно его аффиксальность и флективность. Последнее объяснимо профессией респондентов: русский язык, обладающий сложной системой словоизменения, обязывает филологов при обучении иностранных студентов уделять особое внимание грамматической системе, освоение которой обеспечивает владение языком как средством общения. Одна из самых сложных грамматических категорий для изучающих РКИ — категория падежа.

### Заключение

Разделяя теорию Е. И. Головановой, мы наблюдаем, как в понятии «русский язык» в сознании преподавателей-филологов реализуется как «мерцающее» обыденное, так и практическое профессиональное знание [4, с. 39]. Так, реакции оценочного типа, в том числе *богатый* (8,01 %), *сложный* (6,6 %), *великий и могучий* (6,5 %), составляющие ядро понятия, соответствуют обыденным представлениям о языке. Реакции-термины, ассоциации, репрезентирующие коммуникативные ранги языков, и подоб., напротив, профессионально окрашены.

Наша гипотеза об отражении в ассоциациях специфики преподавания русского языка в иностранной аудитории подтвердилась актуализацией в понятии страноведческого/культурного компонента. Понятие «русский язык», будучи общеупотребительным, в когнитивном и коммуникативном пространстве филологов приобретает профессиональное звучание.

<sup>1</sup> Русский ассоциативный словарь : [в 2 т.] / Ю. Н. Караулов, Г. А. Черкасова, Н. В. Уфимцева [и др.]; Рос. акад. наук. М. : АСТ : Астрель, 2002.

### Список источников

1. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. М. : Наука, 1988. 339 с.
2. Вепрева И. Т. Метаязыковая рефлексия в функционально-типологическом освещении: на материале высказываний-рефлективов 1991–2002 гг. : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Екатеринбург, 2003. 42 с.
3. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. 2-е изд., доп. М. : Едиториал УРСС, 2002. 280 с.
4. Голованова Е. И. Введение в когнитивное терминоведение. М. : Флинта : Наука, 2011. 224 с.
5. Дрога М. А. Русский язык в сознании студентов-иностранцев: какой он? // Риски в изменяющейся социальной реальности: проблема прогнозирования и управления : материалы междунар. науч.-практ. конф., Белгород, 19–20 нояб. 2015 г. Воронеж ; Белгород, 2015. С. 372–376.
6. Ерофеева Е. В., Виноградова К. В. Структура понятия «язык» и ее вариативность в зависимости от специальности // Социо- и психолингвистические исследования. 2016. № 4. С. 19–28.
7. Журавель Т. Н., Безбатченко В. В. Концепты «русский язык» и «английский язык» в языковом сознании сибирских студентов // Социолингвистика. 2022. № 4.4 (12). С. 122–139.
8. Зализняк А. А., Левонтина И. Б., Шмелев А. Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира. М. : Языки славянской культуры, 2005. 544 с.
9. Кашкин В. Б. Научные теории и бытовые представления о языке: история и перспективы исследования // Обыденное метаязыковое сознание и наивная лингвистика : межвузовский сборник научных статей. Кемерово ; Барнаул : Алтайский государственный университет, 2008. С. 30–44.
10. Литвиненко Ю. Ю., Некрасова Е. Ю., Шутяк М. А. Ассоциативное поле «русский язык» в языковом сознании иностранцев // Казанская наука. 2019. № 11. С. 47–49.
11. Никитина Л. Б. Постулаты антропоцентристской семантики // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2013. № 4 (14). С. 149–152.
12. Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. М. : АСТ : Восток-Запад, 2007. 314 с.
13. Сидорова Л. Н. Психолингвистический подход к исследованию рефлексии о языке // Научный вестник МГТУ ГА. 2008. № 128.
14. Сидорова М. Ю. Рефлексия «наивного» говорящего над языком и коммуникацией (по материалам открытых интернет-дневников) // Сибирский филологический журнал. 2004. № 1. С. 117–129.
15. Тавдгиридзе Л. А. Концепт «Русский язык» в русском языковом сознании : дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2005. 246 с.
16. Шушакова О. В. Концепт «Русский язык» в языковом сознании школьника (к постановке проблемы) // Вестник ИрГТУ. 2012. № 6 (65). С. 290–294.

### References

1. Arutjunova ND. Tipy jazykovyh znachenij: Ocenka. Sobytie. Fakt = Types of linguistic meanings: Assessment. Event. Fact. Moscow; 1988. 339 p. (In Russ.).
2. Vepreva IT. Metajazykovaja refleksija v funkcional'no-tipologicheskom osveshhenii: na materiale vyskazyvanij-refleksivov 1991–2002 gg = Metalanguage reflection in functional and typological coverage: Based on the material of reflexive statements 1991–2002. Abstract of Thesis. Yekaterinburg; 2003. 42 p. (In Russ.).
3. Vol'f EM. Funkcional'naja semantika ocenki = Functional semantics of evaluation. Moscow; 2002. 280 p. (In Russ.).
4. Golovanova EI. Vvedenie v kognitivnoe terminovedenie = Introduction to Cognitive Terminology. Moscow; 2011. 224 p. (In Russ.).
5. Droga MA. The Russian language in the minds of foreign students: what is it like? Riski v izmenjajushhejsja social'noj real'nosti: problema prognozirovanija i upravlenija = Risks in a changing social reality: the problem of forecasting and management. Voronezh, Belgorod; 2015. Pp. 372–376. (In Russ.).
6. Erofeeva EV, Vinogradova KV. The structure of the concept of “language” and its variability depending on the specialty. *Socio- i psiholingvisticheskie issledovanija = Socio- and psycholinguistic studies*. 2016; (4):19–28. (In Russ.)
7. Zhuravel' TN, Bezbatchenko VV. The concepts of “Russian language” and “English language” in the linguistic consciousness of Siberian students. *Sociolingvistika = Sociolinguistics*. 2022;4(12):122–139. (In Russ.)
8. Zaliznjak AA, Levontina IB, Shmelev AD. Kljuchevyje idei russkoj jazykovej kartiny mira = Key ideas of the Russian linguistic worldview. Moscow; 2005. 544 p. (In Russ.).

9. Kashkin VB. Scientific theories and everyday ideas about language: history and prospects of research. In: Obydennoe metajazykovoe soznanie i naivnaja lingvistika = Everyday metalanguage consciousness and naive linguistics. Kemerovo, Barnaul; 2008. Pp. 30–44. (In Russ.).
10. Litvinenko JuJu, Nekrasova EJu, Shutjak MA. The associative field “Russian language” in the linguistic consciousness of foreigners. *Kazanskaja nauka = Kazan Science*. 2019;(11):47-49. (In Russ.).
11. Nikitina LB. Postulates of anthropocentric semantics. *Nauka o cheloveke: gumanitarnye issledovanija = Human Science: Humanitarian studies*. 2013;(4(14):149-152. (In Russ.).
12. Popova ZD, Sternin IA. Kognitivnaja lingvistika = Cognitive linguistics. Moscow; 2007. 314 p. (In Russ.).
13. Sidorova LN. A psycholinguistic approach to the study of reflection on language. *Nauchnyj vestnik MGTU GA = Scientific bulletin of MGTU GA*. 2008;(128). (In Russ.)
14. Sidorova MJu. Reflection of a “naive” speaker on language and communication (based on materials from open Internet diaries). *Sibirskij filologičeskij žurnal = Siberian Philological Journal*. 2004;(1):117-129. (In Russ.).
15. Tavdiridze LA. Koncept “Russkij jazyk” v russkom jazykovom soznanii = Russian Language concept in the Russian language consciousness. Thesis. Voronezh; 2005. 246 p. (In Russ.).
16. Shushakova OV. The concept of “Russian language” in the linguistic consciousness of a student (to pose the problem). *Vestnik IrGTU = Bulletin of the IrSTU*. 2012;(6(65):290-294. (In Russ.).

### Информация об авторах

**Н. Д. Федяева** — доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры русского языка и лингводидактики, заведующий кафедрой русского языка и лингводидактики.

**И. С. Харитонова** — соискатель кандидатской степени; преподаватель кафедры русского языка как иностранного.

### Information about the authors

**N. D. Fedyeva** — Doctor of Philological Sciences, Associate Professor, Professor of the Department of Russian and Linguodidactics, Head of the Department of Russian Language and Linguodidactics.

**I. S. Kharitonova** — Candidate Philological Sciences, Lecturer at the Department of Russian as a Foreign Language.

---

*Статья поступила в редакцию 22.01.2024; одобрена после рецензирования 23.02.2024; принята к публикации 21.04.2024.*

*The article was submitted 22.01.2024; approved after reviewing 23.02.2024; accepted for publication 21.04.2024.*

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflicts of interests.

---

---

**СОЦИОЛИНГВИСТИКА, ЯЗЫКОВАЯ ПОЛИТИКА,  
СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ РАЗВИТИЕ  
SOCIOLINGUISTICS, LANGUAGE POLICY,  
SOCIOCULTURAL DEVELOPMENT**

---

---

*Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 5 (487). С. 123–134.  
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(5(487):123-134.*

Научная статья

УДК 316.4; 81.272

doi: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-123-134

**ПРЕЕМСТВЕННОСТЬ В ДИСКУРСЕ О ПРОДВИЖЕНИИ  
АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА С XIX ВЕКА ПО НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ<sup>1</sup>**

**Роберт Филлипсон**

Копенгагенская школа бизнеса, Дания, [gr.msc@cbs.dk](mailto:gr.msc@cbs.dk), Scopus 24466656600, 0000-0003-2363-1262

**Аннотация.** Статья сравнивает документы, определяющие приоритеты языковой политики Великобритании в отношении английского языка. Исследование актуально для понимания предпосылок и принципов языкового планирования. Объект исследования — официальный дискурс, обосновывающий распространение и продвижение английского языка. Методы исследования включают концептуально-текстовый анализ, ретроспективно-диахронический и сравнительный методы. Ключевым документом, зафиксировавшим суть языковой политики Британской империи, стал «Протокол об образовании в Индии», подготовленный Томасом Бабингтоном Маколеем в 1835 г. Маколей осуществлял политтехнологическое управление процессом распространения английского языка, который был призван «просвещать погруженных во мрак азиатов». В 2010 г. был опубликован отчет «Английский язык в Индии» Дэвида Грэддола, в котором обосновывалась необходимость сохранения позиций английской индустрии обучения английскому языку. Сравнительный анализ показывает значительную стратегическую преемственность этих документов, которая также находит подтверждения в действиях Британского совета как проводника британской языковой политики за рубежом. Обе работы обосновывают важность английского языка в образовательной системе Индии. Маколей утверждает, что английский язык должен стать основным языком образования в Индии, так как он обеспечивает доступ к информации и образованию, а также способствует установлению экономических связей. Грэддол в свою очередь подчеркивает, что внедрение английского языка в каждый класс и каждый дом в Индии значительно улучшит перспективы страны во всех сферах. В 2008 г. Гордон Браун, бывший тогда премьер-министром Великобритании, выразил готовность распространить английский язык по всему миру, что, по его мнению, могло бы увеличить экономику Великобритании на миллиарды фунтов стерлингов. В рамках этой стратегии Британский совет начал программу по набору «мастер-тренеров», которые должны были повысить квалификацию 750 000 преподавателей английского языка. Однако, несмотря на коммерческий интерес британцев к индийскому и прочим рынкам английского языка, существуют опасения относительно моноязычной парадигмы, которую продвигают сторонники англоязычного образования. Эта парадигма может привести к ограничению использования национальных и миноритарных языков и потенциально негативно сказаться на многоязычном образовании.

**Ключевые слова:** языковая политика Великобритании, распространение английского языка, английский язык в Индии, многоязычное образование, моноязычная парадигма образования

**Для цитирования:** Филлипсон Р. Преемственность в дискурсе о продвижении английского языка с XIX века по настоящее время // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 5 (487). С. 123–134. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-123-134.

---

<sup>1</sup> Перевод материала, присланного Р. Филлипсоном, с английского на русский выполнен Е. В. Шелестюк.

## CONTINUITY IN THE DISCOURSE ON THE PROMOTION OF THE ENGLISH LANGUAGE FROM THE 19TH CENTURY UNTIL NOW

Robert Phillipson

Copenhagen Business School, Denmark, rp.msc@cbs.dk, Scopus 24466656600, 0000-0003-2363-1262

**Abstract.** The article compares the documents defining the priorities of the UK language policy in relation to the English language. The study is relevant for understanding the prerequisites and principles of language planning. The object of the study is the official discourse that substantiates the spread and promotion of the English language. Research methods include conceptual-textual analysis, retrospective-diachronic and comparative methods. The key document that recorded the essence of the language policy of the British Empire was the “Minute on education in India”, prepared by Thomas Babington Macaulay in 1835. Macaulay carried out political technological management of the process of spreading the English language, which was called upon to enlighten the Asians. In 2010, the report “English Next India” by David Graddol was published, which made the case for maintaining the position of the English language training industry. A comparative analysis shows significant strategic continuity between these documents, which is also confirmed in the actions of the British Council as a conductor of British language policy abroad. Both works make the case for the importance of English in the Indian educational system. Macaulay argues that English should become the main language of education in India as it provides access to information and education and facilitates economic linkages. Graddol, in turn, emphasizes that introducing English into every classroom and every home in India will significantly improve the country’s prospects in all areas. In 2008, Gordon Brown, then Prime Minister of Great Britain, expressed his commitment to spreading the English language around the world, which he believed could boost the UK economy by billions of pounds. As part of this strategy, the British Council launched a program to recruit “master trainers” to improve the skills of 750,000 English teachers. However, despite British commercial interest in the Indian and other English language markets, there are concerns about the monolingual paradigm promoted by proponents of English-medium education. This paradigm may lead to restrictions on the use of national and minority languages and potentially have a negative impact on multilingual education.

**Keywords:** UK language policy, spread of English, English in India, multilingual education, monolingual education paradigm

**For citation:** Phillipson R. Continuity in the Discourse on the Promotion of the English Language from the 19th Century until Now. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2024;(5(487):123-134. (In Russ.). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-123-134.

### Введение, методы и материалы

До XVI в. английский был языком малозначимого острова в Северной Европе. За покорением Уэльса, Ирландии, подчинением Шотландии последовали энергичные попытки искоренить на Британских островах все языки, кроме английского, которые увенчались значительным успехом. Люди британского происхождения, поселившиеся в Северной Америке и Австралии, проводили аналогичную политику, что имело катастрофические последствия для местных языков. Немаловажную роль в этом играла пропаганда нужности английского языка и создания условий для его продвижения и закрепления. Английский язык является одним из инструментов гегемонии «внутреннего круга» стран-носителей английского языка. В известном издании его влияние уподобляется головам гидры, захватывающей весь мир и используемой постколониальными элитами как язык инклюзивности для избранных и исключения для многих [17].

Примечательно, что многие воспринимают английский язык как универсальную потребность в современном мире. Однако следует понимать, что английский язык открывает двери для немногих и закрывает их для многих, фактически для большинства населения национальных государств. Увязывание успешности человека со знанием английского языка является уловкой, позволяющей скрывать закрепление в мире национально-языковой и социальной иерархии. Английский язык с попустительством властей проникает в «высокие сферы» социальной коммуникации национальных государств и вытесняет национальные языки из науки и образования, масс-медиа, массовой культуры, спорта и пр., за счет него производится англокультурная аккультурация, отрывающая от национальных корней и разрывающая культурно-исторические связи между этносами и национальностями в многонациональных государствах. Национально-языковое неравенство сопровождается социальным неравенством. Ан-

лийский язык играет центральную роль в обслуживании капиталистической системы, служащей интересам небольшой части населения земного шара, обслуживает эту глобальную несправедливость. Такой слабо обоснованный и прекарный фактор, как владение английским языком, стал важным условием дохода человека в развивающихся странах, этот фактор возвышенно именуется «усиление с помощью английского языка» (“English language empowerment”). Однако, по признанию преподавателей TOEFL и IELTS, овладение английским языком отнюдь не гарантирует жизненного успеха и материального благополучия: «из-за случайности, связанной с местом рождения, английский язык дал преимущество мне и многим моим сверстникам... Мы стали богаче, но нет никаких гарантий, что студенты, которых мы обучаем, когда-либо достигнут нашего уровня “усиления с помощью английского языка”. Думаю, едва ли их “усиление” предполагалось изначально» (“absolutely no guarantee whatsoever that the students we ‘teach’ will ever attain our level of English language empowerment. I wonder if, in fact, they were ever ‘meant’ to” [17]).

Целью настоящей статьи является изучение и сравнение документов, декларирующих приоритеты языковой политики Великобритании в отношении английского языка. Актуальность темы обусловлена необходимостью ясного осознания предпосылок и принципов языкового планирования, учета целенаправленных социальных и языковых изменений, влияющих на мировые процессы. Объектом исследования является официальный дискурс, обосновывающий целесообразность распространения и продвижения английского языка. Материал представляет собой документы, фиксирующие приоритеты национальной и языковой политики Великобритании в Индии и мире в целом на протяжении без малого 200 лет и отражающих британскую доктрину в этих областях. Методами исследования является концептуально-текстовый анализ, ретроспективно-диахронический и сравнительный методы, выявляющие истоки и параллели распространения английского языка, вытеснения им национальных и миноритарных языков, преемственность, изменения и развитие британской языковой доктрины.

### Основная часть

Ключевым документом, зафиксировавшим суть языковой политики Британской империи — популяризацию английского языка и маргинали-

зацию местных языков, — был «Протокол об образовании в Индии» (*Minute on Indian Education*), подготовленный Томасом Бабингтоном Маколеем (Thomas Babington Macaulay) в 1835 г. Индия представляла огромную экономическую ценность для Великобритании, но в число целей последней входили и неэкономические, гуманитарные цели: закрепление «нашего языка, наших знаний и, в конечном счете, нашей религии в Индии... Индия — это база для операций, которые впоследствии могут быть применены <...> к окружающим странам... Индийский разум замуровал себя в такой тюрьме, что только новый язык мог дать ему путь к спасению»; предназначение английского языка состоит в «просвещении погруженных во мрак азиатов» (Чарльз Тревельян, цитируется по [4, p. 361]). Разумеется, решение укреплять позиции английского и ослаблять влияние других языков было свершившимся фактом еще до того, как был написан «Протокол», Маколей лишь осуществлял политтехнологическое управление этим процессом. Но технология продвижения английского языка показала себя весьма эффективной, и английский язык сохранил свои позиции в качестве языка власти в бывших колониях.

Это было достигнуто прежде всего благодаря постоянным усилиям Запада по популяризации английского языка в меняющемся мире. Основанная на этом принципе целенаправленная языковая политика помогает решению политических, геостратегических и экономических целей Великобритании и США. В 1930-х гг. американские фонды активно финансировали работу по утверждению английского языка в качестве «мирового» по обе стороны Атлантики [14, pp. 112–118]. В книге «Распространение английской культуры за пределами Англии: проблема послевоенного восстановления», написанной консультантом Британского совета в 1941 г., излагается обоснование утверждения английского языка в качестве «мирового языка и культуры, основанной на нашей собственной». Автор выступает за создание новой карьерной службы, готовящей профессионалов, «армию лингвистических миссионеров» [18, p. 59, 11]. В 1943 г., когда власть ускользала от Британской империи к американской, У. Черчилль пророчески сказал, что империи будущего будут не территориальными, а «империями разума». При этом английскому языку Черчилль придавал особое значение, с энтузиазмом продвигая упрощенную версию английского языка (Simple English), разработанную

Ч. К. Огденом. Таково было начало становления современной «гидры». В 1950-х и 1960-х гг. США и Великобритания скоординировали свою стратегию по продвижению английского языка. В целях поддержания ценности американских и британских инвестиций, а также укрепления связей с новыми независимыми странами и оказания на них влияния была создана профессия преподавателя английского языка (ELT) [13].

Необходимость использования носителей английского языка в его преподавании была обоснована на англо-американской конференции в Кембридже в 1961 г. видным литературоведом А. А. Ричардсом, который преподавал одновременно в Гарварде и Кембридже. Он утверждал, что «в слаборазвитой стране мир студентов перестраивается благодаря английскому языку» (“in an underdeveloped country, the students’ world becomes restructured [by English]”), и, вторя Т. Б. Макколю, заявлял, что «английский язык, благодаря ассимиляции [в других странах], становится не только носителем современных англоязычных мыслей и чувств, но и двигателем развивающихся традиций всего человечества» (цитируется по [13, р. 167]). Фактически это рецепт глобального языкового апартеида.

Британский совет возглавляет продвижение британского варианта английского языка во всем мире с 1930-х гг. Его роль заключается в обеспечении того, чтобы английский язык занимал важное место в образовании стран и народов, это является ключевой целью его деятельности. На рынке языкового образования деятельность совета обосновывается тем, что Британия обладает опытом в решении проблем изучения языков по всему миру — что звучит парадоксально и противоречит здравому смыслу, если учесть, что сами британцы в большинстве своем одноязычны.

В 1909 г. Махатма Ганди предупреждал индийцев, что английский язык не должен подавлять исконные языки и культуры, должны быть созданы условия для их укрепления, языкового и культурного разнообразия. Альтернативой этому для постколониальных стран является сохранение психического рабства. Но, несмотря на декларированный международным законодательством курс на поддержание культурного разнообразия, английский язык продолжает расширять свой статус за счет других языков по сей день.

Далее будут сопоставлены аргументы ранней имперской риторики о британской колонизации стран с коммерческими целями [11] с аргумента-

ми, используемыми при рыночной коммерциализации английского языка в XXI в. (консультант по языкам Британского совета Дэвид Грэддол, «Английский язык в Индии» (English Next India) [7]. Сходство аргументации в этих текстах свидетельствует о плавном переходе от колониального лингвистического империализма к современному лингвистическому неоимпериализму [14].

Д. Грэддол собрал и обработал большой объем информации об экономических, лингвистических и образовательных проблемах, с которыми сталкивается современная Индия. Он приводит данные из официальных правительственных исследований, отчета Всемирного банка за 2009 г., мнения представителей промышленности. Факты, приведенные в English Next India, подчеркивают неравенство в Индии, неэффективность образования для многих детей, желание всех классов и каст воспользоваться преимуществами, которые дает владение английским языком. Однако индийские ученые фигурируют в исследовании Грэддола очень выборочно, а роль индийских университетов остается нераскрытой. Это заставляет серьезно усомниться в объективности этого документа. Заметим, что в предыдущих докладах Грэддола для Британского совета «Будущее английского языка» (1997) и «English Next» (2006) связь между многогранным анализом и британской индустрией ELT была очевидна: в них напрямую была заявлена цель — сохранить позиции этой многомиллиардной индустрии и обеспечить средства для оснащения британского истеблишмента ELT (университетов, издательств, языковых школ, консорциумов, экспортирующих учителей английского языка и т. д.).

Полагаем, что и в этом случае незаявленная цель отчета Грэддола по Индии заключается в укреплении британской индустрии обучения английскому языку (ELT), что, с свою очередь, базируется на сомнительной посылке, что Великобритания обладает опытом для решения образовательных проблем Индии в области изучения английского языка. Это предположение тонко закомуфлировано, и в отчете нет четких рекомендаций. Зато в нем есть много искажений и ложных аргументов.

Британский интерес к Индии всегда был в основном политическим и коммерческим. С 1757 по 1858 г. Британская Индия управлялась Ост-Индской компанией, которая выполняла военные и административные функции и была чрезвычайно прибыльной для британской экономики. В настоящее время Британский совет ак-

тивно занимается преподаванием и тестированием английского языка, а также консультированием в более чем 100 странах. Его доходы от коммерческой деятельности составляют 75 % годового оборота организации в 781 млн фунтов стерлингов, менее 25 % оборота приходится на грант правительства Великобритании [8]. Основной целью этой «второй по величине благотворительной организации Великобритании» является «поддержка индустрии изучения английского языка на сумму 3–4 миллиарда фунтов стерлингов в год» [1]. Самореклама организации изобилует подобными противоречиями. Британский совет имеет девять центров в Индии, и прибыль их растет год от года. У исполнительных директоров есть личный стимул получать высокие зарплаты за счет улучшения «деловых» результатов (см., к примеру, Годовой отчет за 2013–2014 гг., с. 62–65, www.britishcouncil.org). Примечательно, что это повторяет финансовые приоритеты колониальной Британии: личная зарплата Маколея была такой же, как и общий бюджет образовательной деятельности в Индии [20, p. 144].

Стратегическое исследование, проведенное лояльной неправительственной организацией, показывает, как сделать Британский совет еще более эффективным: студенты, которых Совет обучает по всему миру, и 800 000 человек, которые

ежегодно сдают проводимые им экзамены, могли быть хорошими мишенями для публичной дипломатии в рамках проекта «Скрытая дипломатия: работа с другими для достижения наших целей». «Урок для нас заключается в том, чтобы <...> как можно чаще создавать впечатление, что информация исходит не от иностранного правительства. Всё чаще <...> работа должна осуществляться через организации и сети, которые отделены от самого правительства, независимы от него и даже с подозрением относятся к нему в силу убеждений и культурных ценностей» [10, p. 81]. Таким образом, деятельность даже тех преподавателей английского языка, которым не нравится собственное правительство, незаметно послужит национальному делу, продвижению локального английского языка для глобальных целей Британии.

#### Преемственность в дискурсе

Выдержки из двух ключевых документов, приводящих аргументы в пользу английского языка, исходят из одного посыла — жизненной необходимости в английском языке для приобщения к цивилизованному миру (табл. 1).

Оба автора исходят из того, что Индии нужен английский язык. Оба ссылаются на местные языки. Маколей напыщенно критикует санскрит, персидский и бенгальский, которые якобы

Таблица 1

Table 1

### Обоснование жизненной необходимости английского языка в «Протоколе» Т. Б. Маколея, 1835 и отчете «Английский язык в Индии» Д. Грэддола, 2010 Justification of the vital necessity of the English language in a Minute on Indian Education by T. B. Macaulay, 1835 and report *English Next India* by D. Graddol, 2010

| «Протокол» Т. Б. Маколея, 1835   | «Английский язык в Индии» Д. Грэддола, 2010  |
|--|--|
| <p>Я не встречал среди них [ориенталистов] ни одного, кто не был бы убежден, что одна полка в хорошей европейской библиотеке стоит всей местной литературы Индии и Аравии. Тот, кто знает этот язык [английский], имеет свободный доступ к огромному интеллектуальному богатству, которое мудрейшие народы земли создавали и накапливали на протяжении девяти поколений... Существующая литература на этом языке &lt;...&gt; представляет гораздо большую ценность, чем вся литература, которая существовала 300 лет назад на всех вместе взятых языках мира.</p> <p>Мы пытаемся воспитать большой класс просвещенных туземцев. Я надеюсь, что через двадцать лет тысячи местных жителей будут знакомы с лучшими образцами сочинений &lt;...&gt; и западной наукой. Среди них найдутся и те, которые &lt;...&gt; будут иметь склонность и способность демонстрировать европейские знания на местных диалектах.</p> | <p>Темпы улучшения владения английским языком у населения Индии в настоящее время слишком низки, и Индия отстает от стран, которые раньше, чем она, и более успешно внедрили преподавание английского языка в начальных школах.</p> <p>Английский язык в настоящее время рассматривается как «базовый навык», который необходим всем детям, если они хотят полноценно участвовать в жизни гражданского общества XXI века... Теперь его можно использовать для общения с людьми практически из любой страны мира... Мы быстро вступаем в мир; в котором не знать английского означает быть маргинализированным и исключенным [из цивилизованного общества].</p> <p>Индия сейчас стремится сделать английский язык универсальным... Нужна ли такая универсализация, желательна ли она? Она вовлечет страну в процесс глобализации &lt;...&gt; с опорой на исключительный человеческий ресурс и существующее в Индии языковое и культурное разнообразие. Английский может быть полезным катализатором, &lt;...&gt; жизненно важным ингредиентом, &lt;...&gt; но конечная цель должна лежать за пределами английского языка.</p> |

не смогли сделать Индию «мудрой нацией». Индийские мозги рассматриваются им как *tabula rasa* в ожидании европейского просвещения. Грэддол не без оснований отмечает, что английский является «жертвой более широкой проблемы в индийском образовании». Однако в концепции и аргументации Грэддола есть фундаментальные недостатки.

- Он не приводит никаких свидетельств «успешного» преподавания английского языка в начальных школах в других странах. Но мы видим страну, которая могла бы это продемонстрировать, это Сингапур, где английский язык является единственным средством обучения. В результате нескольких десятилетий такой политики более половины сингапурцев в настоящее время используют английский в качестве основного языка в семье и в быту. Это крайний случай принудительной смены языков.

- Утверждение о том, что английский является «базовым навыком» (термин остается неопределенным), не подкреплено документами и научными данными. Это обманчивая мантра, озвучиваемая некритичными пропагандистами «глобального» английского языка (который является скорее проектом, чем реальностью). Термин «базовый» подразумевает привилегированное положение с самого раннего этапа общего образования. В результате английский язык поставлен Грэддолом на пьедестал, сравнимый с «языком просвещения» Маколея.

- Довод о том, что вы можете общаться на английском языке с «людьми практически из любой страны мира», является мошенническим. Вероятно, две трети населения земного шара не владеют английским языком в совершенстве. В большинстве стран мира, включая бывшие колонии, за пределами элитных кругов и туристических объектов на английском языке «далеко не уедешь».

- Грэддол справедливо задается вопросом, является ли универсализация английского языка в Индии подходящей политикой, но завершает рассуждение тем, что «конечная цель должна лежать за пределами английского языка». Это является косвенным намеком на участие в глобализации, как будто английский язык является синонимом экономического успеха и поэтому нужен всему населению. Но несмотря на то, что английский язык имеет большое хождение в мировой экономике, предположение о том, что он настолько «базовый», что является необходимым условием экономического успеха или общего об-

разования, противоречит тому факту, что успешные экономики Китая, Японии и Кореи используют национальные языки в общем образовании, так же, как и страны континентальной Европы.

Упоминание Грэддолом английского языка как «базового навыка» предполагает обучение с помощью английского языка, а не преподавание его как школьного предмета. Фактически он объединяет эти два понятия. Ложность его аргументации становится наиболее очевидной, когда он ссылается на страны Северной Европы. Здесь «большинство взрослого населения уже говорит по-английски», хотя «потребовалось 50–60 лет, чтобы достичь этого уровня» (с. 122). Но реальность такова, что страны, в которых был достигнут хороший уровень владения английским языком (скандинавские страны, Нидерланды, Финляндия)<sup>1</sup>, — это страны, которые являются более эгалитарными, чем другие, они обеспечивают бесплатное образование на национальных языках для всего населения и обладают высококвалифицированными преподавателями, достаточно свободно владеющими английским языком. Английский язык в этих странах преподается как иностранный, то есть как предмет, и практически никогда не используется в качестве средства обучения. В любом случае уровень владения английским скандинавами, голландцами и финнами гораздо более ограничен, чем уровень большей части элиты, пользующейся английским в Индии, для которой он, по сути, является доминирующим языком. Сравнение Грэддола совершенно ложно.

Общая направленность этих двух текстов коренным образом схожа (табл. 2).

Заявленной целью Маколея было создание «переводчиков между нами и многими миллионами людей, которыми мы управляем». «Протокол», по сути, был посвящен приоритетам языковой политики как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе и касался исключительно высшего образования. Он выражал обеспокоенность тем, что те, кто получил западное образование, будут изолированы и отчуждены от остального населения, что «фильтрация» в другие группы будет неадекватной. Это было пророчеством. Так, дополнительным следствием реализации политики, которая в течение десятилетия установила господство английского языка в Бенгалии, стало усиление раскола между индуистами и мусульманами.

<sup>1</sup> На самом деле этот уровень в упомянутых странах значительно различается.

**Смыслы и подтексты в «Протоколе» Т. Б. Маколея, 1835  
и отчете «Английский язык в Индии» Д. Грэддола, 2010**  
**Meanings and implications in *a Minute on Indian Education* by T. B. Macaulay, 1835  
and report *English Next India* by D. Graddol, 2010**

| «Протокол» Т. Б. Маколея, 1835   | «Английский язык в Индии» Д. Грэддола, 2010   |
|--|---|
| Принижает и стигматизирует местные языки и культуры.                             | Утверждает, что уровень владения английским языком в Индии недостаточен.                            |
| Прославляет западную культуру и английский язык.                                 | Утверждает, что английский язык — это ключ к успеху в современном мире.                             |
| Рационализирует асимметричные отношения между колонизатором и колонизируемыми.   | Предполагает, что у Великобритании есть решение проблемы языкового образования в Индии.             |
| Проводит мысль о том, что британский интеллектual способен решить вопросы Индии. | Проводит мысль о том, один эксперт из Великобритании способен осветить вопросы другого государства. |
| Скрывает экономический интерес и выгоды колонизатора.                            | Не упоминает потенциальные выгоды для экономики Великобритании.                                     |
| Не отражает реальности британской военной оккупации Индии.                       | Считает иррелевантными геостратегические политические и военные интересы.                           |

В 1907 г. М. Ганди писал: «Дать миллионам людей знание английского языка — значит поработить их. Фундамент образования, заложенный Маколеем, поработил нас» [6, р. 84]. Многие ученые с субконтинента подчеркивали пагубные последствия решения финансировать обучение на английском, а не на индийских языках. Английский язык всегда был причинно связан с неравенством и несправедливостью.

Лингвистический империализм неизменно включает в себя как притягивающие, так и навязывающие факторы, спрос и предложение. Рассматривать британское продвижение ELT исключительно как вопрос удовлетворения спроса — то, чем Британский совет занимается уже пятьдесят лет, — просто неверно. Грэддол правильно пишет о том, что в Индии существует спрос

на английский язык. На самом же деле его отчет обосновывает этот спрос предположением о том, что британцы могут решить проблемы Индии с изучением языка, который следует использовать в сфере образования. Немногие индийские педагоги согласились бы с этой идеей. Культурное высокомерие Маколея было явным, в то время как Британский совет напыщенно заявляет, что английский необходим для успеха в мировой экономике, в индийском образовании и в каждом индийском доме. Сравним следующие высказывания (табл. 3).

Когда 18 января 2008 г. Гордон Браун совершил свой первый визит в качестве премьер-министра Великобритании в Индию и Китай, британский таблоид *The Sun* заявил: «Сегодня Гордон Браун выразит готовность распространить английский

**Обоснование англоязычного образования в «Протоколе» Т. Б. Маколея, 1835 и отчете «Английский язык в Индии» Д. Грэддола, 2010**  
**Rationales for English-language education in *a Minute on Indian Education* by T. B. Macaulay, 1835  
and report *English Next India* by D. Graddol, 2010**

|  |   |
|--|---|
| Т. Б. Маколея, 1835  | Мартин Дэвидсон, исполнительный директор Британского совета, «Предисловие» к ежегодному отчету Британского совета за 2009–2010 годы, подготовленному Д. Грэддолом   |
| Мы знаем, что в Индии не может быть свободного правительства. Но у нее может быть самое лучшее — твердый и беспристрастный деспотизм. Мы должны обучать людей, которые в настоящее время не могут получить образование с помощью своего родного языка. | Английский язык обеспечивает доступ к информации, с помощью которой люди могут учиться и развиваться, а также к сетям, которые имеют жизненно важное значение для установления и поддержания экономических связей. English Next India говорит нам о том, что перспективы Индии и ее народа во всех сферах — от образования до экономики, от трудоустройства до социальной мобильности — значительно улучшатся благодаря внедрению английского языка в каждый класс, каждый офис и каждый дом. |

язык по всему миру, что увеличит нашу экономику на миллиарды фунтов стерлингов. Мистер Браун считает, что преподавание английского языка быстро станет одной из крупнейших статей экспорта Великобритании. К 2010 году это может принести экономике Великобритании ошеломляющие 50 миллиардов фунтов в год».

Браун объявил миру о расширении возможностей для изучения английского языка, продажи пособий по его преподаванию и оборудованию ("facilities"). Уже через несколько дней Британский совет объявил о плане достижения этой цели на своем веб-сайте:

«Мы поможем разработать новый веб-сайт для достижения этой цели. Гордон Браун также объявил о том, что Британский совет начнет в Индии программу по набору «мастер-тренеров», которым будет поручено в течение пяти лет повысить квалификацию 750 000 преподавателей английского языка. Эти инициативы разрабатываются нашими командами в Китае, Индии и Великобритании.

Премьер-министр подчеркнул, что новый веб-сайт позволит наладить связи между преподавателями и студентами по всему миру и обеспечит индивидуальное обучение между людьми в любой точке мира.

Мартин Дэвидсон, исполнительный директор Британского совета, сказал, что совет рад сотрудничать с другими организациями, чтобы обеспечить доступ к лучшим методам преподавания: «Мы знаем, что во всем мире молодые люди хотят получить доступ к английскому языку, который даст им навыки, необходимые для участия в глобализирующейся экономике, а также чтобы получить доступ ко всем знаниям и пониманию, которыми мы располагаем в этой стране. И наша цель как организации состоит в том, чтобы каждый учащийся и преподаватель английского языка по всему миру имел доступ к лучшим методам преподавания английского языка в нашей стране»».

Коммерческий интерес британцев к индийскому рынку английского языка привел к заказу Британским советом специального исследования. Такое исследование под названием «Спрос на услуги по изучению английского языка в Индии и Китае» было проведено агентством маркетинговых исследований Ipsos MORI в 2009 г. Оно показало, что интерес индийцев к изучению английского языка практически никак не связан с Великобританией, но в отчете Грэддола об этом ничего не говорится.

Однако британцы лучше всех знают, что нужно Индии в 1835 и 2010 гг. Они намереваются работать над внедрением британского варианта английского языка в каждый индийский дом. Имперская упаковка обновлена и прикрыта неомперской маскировкой, «гидра» облачена в достойные и многословные благие намерения.

Для достижения своей цели Грэддол использует набор мифов; которые кажутся правдоподобными, но могут быть легко опровергнуты:

- Английский является «глобальным» языком. На самом деле «глобальный английский» — это проект, который некоторые пытаются внедрить, но он не является реальностью сегодняшнего дня за исключением узких кругов.

- Английский является «языком бизнеса во всей Европе». Фактически в бизнесе в Европе используется множество языков.

- Европейские университеты переходят с местных языков на английский. В действительности то, что делают континентальные европейские университеты, — это внедрение английского языка в репертуар своих учебных программ. Но в настоящее время нет доказательств того, что это происходит за счет национальных языков обучения.

- Существует глобальный консенсус относительно того, как следует изучать английский язык, «новая глобальная ортодоксия» (в других разделах отчета Грэддол поддерживает идею о необходимости сочетания различных образовательных подходов). Представление о том, что какой-то один подход универсален, является ложным.

- *Заблуждение о необходимости раннего начала изучения английского языка.* Возрастной фактор является одной из многих переменных, влияющих на успешность обучения, но возраст менее важен, чем квалификация и качество учителей, а также выбор наиболее подходящего средства обучения.

Эти заявления опасны тем, что бюрократы и широкая публика могут воспринимать их некритично, как «истину в последней инстанции». В то же время большинство ученых, хорошо знакомых с языковой политикой, с ними бы не согласились.

Если и существует какая-либо парадигма или ортодоксальность в языковой политике и планировании образования, то ее следует искать в книгах, в которых представлены работы значительного числа ученых из разных частей света (например, [2; 12; 19]). Такая парадигма соответ-

ствовала бы глобальному консенсусу о том, как наилучшим образом обеспечить многоязычное образование. В 1953 г. ЮНЕСКО опубликовала важный доклад, разъясняющий критерии успешного многоязычного образования, и обновила его в 2003 г. под названием «Образование в многоязычном мире». Но и в постколониальном мире большая часть иностранной «помощи», как правило, направляется на освоение языков бывших метрополий. В результате этого значительная часть населения оказывается в невыгодном положении.

Провозглашаемая в последние десятилетия «коммуникативная» направленность ELT в ее британском и американском вариантах, по сути, является моноязычной и не предполагает, чтобы преподаватели английского языка успешно изучали другие языки. Моноязычная парадигма «гидры» гарантирует, что преподавание английского языка может продаваться по всему миру и без знания национального языка принимающей стороны. В отличие от этого на Западе, включая Великобританию, обучение иностранных языков, как правило, проводится преподавателями, которые имеют опыт изучения языка принимающей стороны и, следовательно, в состоянии провести металингвистический анализ применительно к двум языкам и переводу. Но разве изучение языков стран-реципиентов английского языка не должно быть обязательным условием для участия носителей языка в системах образования где бы то ни было за пределами Великобритании, в частности в Индии, если мы хотим, чтобы это считалось актуальным?

Английский лингвистический империализм утверждался в Индии после обретения независимости с нарастающим эффектом. Отчет о конференции Британского совета в 1950 г. в Махабалешваре, на которой присутствовал один британский ученый и 30 индийцев, придерживается догматического мнения о необходимости «прямого метода» преподавания английского и его начала в раннем возрасте. В нем проводится знаковая ошибочная идея о снижении «стандартов» английского языка при продвижении хинди и утверждается, что лишь у британцев есть ключ к «самым современным методам преподавания английского языка как иностранного». В то время ELT как особой профессии практически не существовало, и вышеназванное было стратегической конъюнктурщиной. Тем не менее «гидра» закрепила в независимой Индии.

Британские интересы также повлияли на со-

здание в 1958 г. Центрального института английского языка и иностранных языков в Хайдарабаде. Оценка качества этого заведения, проведенная в 1975 г., содержит серьезную критику британского академического руководства [9]. Вариант профессии ELT, разрабатываемый институтом, воплощал коммуникативный подход, основанный на использовании в обучении только английского языка. Этот подход, утвердившийся в 1960-х гг., далее развился в такие направления, как «образование для взрослых» (adult education) и «колониальное образование» (colonial education) [13]. Коммуникативный подход был основан на пяти заблуждениях: о необходимости английского одноязычия при ведении занятий, об использовании носителей языка в качестве преподавателей, о необходимости раннего начала изучения английского языка, о необходимости максимального погружения и о лишь полезном, «аддитивном» (additive), а не вредном, «субтрактивном» (subtractive) влиянии иностранного языка на знание родного. Эти заблуждения по-прежнему занимают центральное место в американско-британском бизнесе ELT и в большинстве стратегий в области постколониального образования, обозначенных Всемирным банком. Концентрация на носителях английского языка в качестве преподавателей означает слепую веру в превосходство одного языка, одной культуры и одной педагогики. «Гидра» не только жива и активно действует, но и стремительно увеличивает число своих хищных голов.

Роль иностранных организаций по оказанию «помощи» в продвижении интересов финансирующей страны и сомнительный эффект, который их проекты оказывают на улучшение изучения английского языка в странах Восточной Азии, проанализированы в австралийском исследовании [22]. Эти проекты являются неотъемлемой частью «паутины обмана» [5], которая характеризует внешнюю политику западных правительств.

Заказывая исследования по языковому образованию в нескольких странах мира, руководство Британского совета осознавало, насколько важно чтобы в многоязычных обществах образование изначально давалось на родном или национальном языке, то есть на тех языках, который понимает ребенок. Тем не менее способы, которыми он рекомендует вводить изучение английского языка, противоречат этому принципу. Например, в попытке реформировать основное образование в Пакистане («Инициатива Британского совета по образованию и англий-

скому языку в Пенджабе» (2013)) совет рекомендует использовать английский язык в качестве средства обучения и применять «новейшие методы обучения», разработанные в Великобритании, несмотря на то, что подавляющее большинство пакистанских учителей начальных классов не говорят по-английски. Совет имеет аналогичные этому проекты в Индии и Африке. Заверения о благих намерениях, таких как повышение языковой компетентности и образовательных навыков, не компенсируют того факта, что британские «эксперты» недостаточно знакомы с местными культурой, языками и образовательными нормами. Заявленная реформа обречена на провал, поскольку образование не сможет быть реформировано адекватно и экологично. Многие проекты подобной «помощи» совета потерпели неудачу [15]. В других случаях «гидра», зачастую финансируемая Всемирным банком или британским правительственным департаментом иностранной помощи, всё же проникла в национальные системы образования и способствовала англоязычному лингвизму и лингвизиду местных языков.

Такая «помощь» очень хорошо сказывается на деловом обороте. Так, корпоративный план Британского совета на 2014–2016 гг. предусматривал «расширение сотрудничества с правительствами в целях преобразования всей системы образования для расширения возможностей и трудоустройства с помощью английского языка» (с. 18). Как видим, стратегия Британского совета в отношении английского языка отражает роль Великобритании в продвижении во всём мире интересов финансового и корпоративного капитала в союзе с США. При этом в случае противодействия неокOLONIALИСТСКИЙ альянс нередко

прибегает к силовым и военным средствам. Разумеется, часть доходов, накопленных «гидрой», может направляться на продвижение более благородных целей в области культуры и образования, но предполагать, что британский опыт в области образования — это некая панацея для развивающихся стран, совершенно неверно.

Сама идея англоязычного образования в национальных государствах часто подается под соусом «равенства возможностей» в образовании. Однако это не вызывает доверия, если вспомнить, что система образования в самой Великобритании (как и в США) глубоко стратифицирована и расколота и значительная часть населения получает от нее мало пользы. К тому же стоит помнить, что она функционирует на одном языке, является моноязычной.

Британский совет находится в авангарде продвижения английского языка и интересов «внутреннего круга», по Б. Качру, во всем мире. Сходство между риторикой начала XIX и XXI в. велико и вызывает тревогу, как и вытекающие из этого структурные и материальные последствия.

Последствия могут показаться незначительными по сравнению с колониальными репрессиями и нынешней глобальной милитаризацией, но для людей, чьи жизни и надежды на образование затрагиваются этой политикой, последствия могут быть столь же разрушительными. Рассматриваемый здесь дискурс является влиятельным. Он служит целям империалистов древности и современности, но не интересам масс населения, «неоколониальных и неоимперских подданных». Направлять недостаточно квалифицированных носителей английского языка для преподавания в школах и языковых центрах (например, в Азии) — непрофессионально,

Таблица 4

Table 4

**Структурные и материальные последствия от англоязычного образования в «Протоколе» Т. Б. Маколея, 1835 и отчете «Английский язык в Индии» Д. Грэддола, 2010**  
**Structural and material consequences of English-medium education proposed in a Minute on Indian Education by T. B. Macaulay, 1835 and report English Next India by D. Graddol, 2010**

|  |   |
|--|---|
| Имперское командование и протокол Т. Б. Маколея        | Британский совет и English Next India Д. Грэддола             |
| Английский рассматривается как «универсальный» язык    | Английский язык рассматривается как «базовый навык»           |
| Ограниченный бюджет в размере 10 000 фунтов стерлингов | Бюджет на институциональную инфраструктуру Британского совета |
| Хороший бизнес на консолидации британской власти       | Потенциально огромный доход                                   |
| Значительное влияние на образовательную политику       | Влияние пока непредсказуемо                                   |
| Скрытая политическая экономия                          | Скрытая политическая экономия                                 |
| Лингвистический империализм                            | Лингвистический неоимпериализм                                |

а использовать монолингвов в качестве консультантов или инструкторов по подготовке учителей к участию в проектах, связанных с языками по всему миру, — незаконно. Британский совет всё чаще работает как бизнес, зарабатывающий деньги по всему миру на преподавании и экзаменах по английскому языку и маркетинге носителей этого языка. Это коммерчески мотивированная, псевдоакадемическая конъюнктура. «Экспертиза», как правило, действует в рамках узкой, неолиберальной и потребительской, пара-

дигмы и обманым путем узаконивает доминирование.

Хотя большинство лингвистов — сторонников критической педагогики в языковом образовании не считает нужным покончить с «глобальным» английским языком как таковым, существует реальная необходимость подчинить и контролировать педагогику английского языка с тем, чтобы можно было ограничить негативные практики и пагубные последствия, связанные с его преподаванием и использованием.

## References

1. British Council. Annual Report 2012–2013. 2014.
2. Bunce P, Phillipson R, Rapatahana V, Tupas R. Why English?: Confronting the Hydra. *Multilingual Matters*, 2016. 343 p.
3. Calvet L-J. *Linguistique et colonialisme: Petit traité de glottophagie*. Paris; Payot, 1974.
4. Clive J. Macaulay. *The shaping of the historian*. New York, Alfred A. Knopf; 1973.
5. Curtis M. *Web of deceit. Britain's real role in the world*. London, Vintage; 2003.
6. Gandhi MK. M. K. Gandhi's *Hind Swaraj*. A critical edition. Annotated and edited by S. Sharma and T. Suvrud. New Delhi, Orient Blackswan; 2010.
7. Graddol D. *English Next India*. London: The British Council. 2010. URL.: <https://www.teachingenglish.org.uk/sites/teacheng/files/english-next-india-2010-book.pdf> (accessed 03.04.2024).
8. Howson P. 2013. URL: <https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/english-effect-report-v2.pdf>. (accessed 03.04.2024).
9. Kachru B. B. A retrospective study of the Central Institute of English and Foreign Languages, and its relation to Indian Universities. In *Language and development: A retrospective survey of Ford Foundation Language Projects 1952–1974*, ed. M Fox. New York: Ford Foundation (volume 1, report; volume 2, case studies), 1975. P. 27–94.
10. Mark L, Stead C, Smewing C. *Public Diplomacy*. London, Foreign Policy Centre; 2002.
11. Macaulay ThB. *Minute on education in India*. 1835. URL: [https://franpritchett.com/00generallinks/macaulay/txt\\_minute\\_education\\_1835.html](https://franpritchett.com/00generallinks/macaulay/txt_minute_education_1835.html) (accessed 03.04.2024).
12. Mohanty A, Minati P, Phillipson R, Skutnabb-Kangas T. (eds.). *Multilingual education for social justice: Globalising the local*. New Delhi, Orient Blackswan; 2009.
13. Phillipson R. *Linguistic imperialism*. Oxford, Oxford University Press; 1992. Also published in Delhi and Shanghai, and in translation into Arabic and Japanese.
14. Phillipson R. *Linguistic imperialism continued*. New York, London, Routledge; 2009. Also published for South Asian countries in New Delhi by Orient Blackswan.
15. Phillipson R. The politics and the personal in language education: the state of which art? Review article on *The politics of language education. Individuals and institutions*, edited by J. Charles Alderson. *Language and education*. 2010;24(2):151-166. Alderson's response, pp. 167–168. Robert Phillipson's Final comment, p. 169.
16. Phillipson R. English, the lingua nullius of global hegemony. In *The politics of multilingualism: linguistic governance, globalisation and Europeanisation*, ed. Peter A. Kraus and Francois Grin. 2017. URL: [https://www.researchgate.net/publication/300345417\\_English\\_the\\_lingua\\_nullius\\_of\\_global\\_hegemony](https://www.researchgate.net/publication/300345417_English_the_lingua_nullius_of_global_hegemony) (accessed 03.04.2024).
17. Rapatahana V, Bunce P. (eds.). *English Language as Hydra: Its impacts on non-English Cultures*. Bristol, *Multilingual Matters*; 2012.
18. Routh RV. *The diffusion of English culture outside England. A problem of post-war reconstruction*. Cambridge, Cambridge University Press; 1941.
19. Skutnabb-Kangas T, Phillipson R, Mohanty A, Minati P. (eds.). *Social justice through multilingual education*. Bristol, *Multilingual Matters*; 2009.
20. Sullivan RE. *Macaulay, The tragedy of power*. New Delhi, Orient Blackswan, 2010. (First published by Harvard University Press, 2009).

21. UNESCO. Education in a multilingual world. Paris: UNESCO, 2003.

22. Widin J. Illegitimate practices. Global English language education. Bristol, Multilingual Matters; 2010.

### **Информация об авторе**

**Р. Филлипсон** — доктор философии, почетный профессор кафедры менеджмента, общества и коммуникаций.

### **Information about the author**

**R. Phillipson** — PhD, Professor Emeritus in the Department of Management, Society and Communication.

---

---

*Статья поступила в редакцию 16.02.2024; одобрена после рецензирования 12.03.2024; принята к публикации 21.04.2024.*

*The article was submitted 16.02.2024; approved after reviewing 12.03.2024; accepted for publication 21.04.2024.*

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

---

---

# ДИСКУРСОЛОГИЯ, ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА

## DISCOURSEOLOGY, LINGUISTIC EXPERTISE

---

---

*Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 5 (487). С. 135–142.*  
*Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(5(487)):135-142.*

Научная статья

УДК 81'33

doi: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-135-142

### ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ МАРКЕРЫ ЭКСТРЕМИЗМА ИСЛАМИСТСКИХ ТЕКСТОВ РЕЛИГИОЗНОГО ЖАНРА «ПРОПОВЕДЬ»: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Ольга Геннадьевна Хохловская<sup>1</sup>, Кристина Евгеньевна Чернявская<sup>2</sup>✉

<sup>1</sup>Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, khokh-olga@yandex.ru, 0009-0004-3710-7167

<sup>2</sup>Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, kristina.gribkova.97@mail.ru, 0009-0008-9498-4595

**Аннотация.** Лингвистическая экспертиза текстов предположительно экстремистского содержания должна проводиться с использованием специальных методов. Наиболее популярными на сегодняшний день являются лексико-семантический, семантико-синтаксический методы, а также метод дискурс-анализа, которые позволяют лингвисту-эксперту сделать объективное экспертное заключение по поставленным вопросам. Основная задача лингвиста-эксперта при проведении экспертизы текстов предположительно экстремистского содержания — выявление лингвистических маркеров экстремизма, реализуемых на всех языковых уровнях. Лингвистическая экспертиза текстов исламистского дискурса предполагает учет жанровых особенностей религиозного текста. Религиозный жанр оказывает большое влияние на лингвистические маркеры. Исламистский дискурс понимается как тексты, относящиеся к политическому радикальному течению — исламизму. В статье приведены принципиально важные различия терминов «ислам» и «исламизм» как мировой религии и политического течения соответственно. В данной статье представлен алгоритм методики анализа текстов предположительно экстремистского содержания на материале религиозного текста жанра «проповедь» исламистского дискурса, основная функция которой заключается в наставлении верующих. Выявленные в ходе анализа лингвистические маркеры экстремизма жанра «проповедь» классифицированы по основным функциям: лингвистические маркеры побуждения и призыва, негативации, демонстрации превосходства одного человека или группы лиц перед другими людьми по признакам национальности, происхождения и отношения к религии. Данные лингвистические маркеры реализованы с помощью следующих языковых средств: морфологические средства (глаголы долженствования, глаголы 2 л. ед. ч. или мн. ч. в повелительном наклонении, форма императива 1 л. мн. ч.); синтаксические средства (частицы в побудительном предложении, сложноподчиненные предложения с придаточным условия, обращения в сочетании с глаголами в повелительном наклонении 2 л. мн. ч.); риторические средства (риторические вопросы, антитеза); лексико-семантические средства (существительные, глаголы и другие части речи с негативной коннотацией); морфемно-словообразовательные средства (сравнительная форма, превосходная форма). Выявленные лингвистические маркеры реализуют функцию демонстрации превосходства, призыва, негативации по отношению к «чужим», «другим».

**Ключевые слова:** лингвистический анализ, экстремизм, исламистский дискурс, проповедь, лингвистические средства, маркеры

**Для цитирования:** Хохловская О. Г., Чернявская К. Е. Лингвистические маркеры экстремизма исламистских текстов религиозного жанра «проповедь»: методологический аспект // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 5 (487). С. 135–142. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-135-142.

Original article

## LINGUISTIC MARKERS OF EXTREMISM IN ISLAMIST TEXTS OF THE RELIGIOUS GENRE “SERMON”: METHODOLOGICAL ASPECT

Olga G. Khokhlovskaya<sup>1</sup>, Kristina E. Chernyavskaya<sup>2</sup>✉<sup>1</sup>Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, khokh-olga@yandex.ru, 0009-0004-3710-7167<sup>2</sup>Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, kristina.gribkova.97@mail.ru, 0009-0008-9498-4595

**Abstract.** Linguistic examination of texts with allegedly extremist content is carried out using special methods. The most popular today are lexical-semantic, semantic-syntactic methods, as well as the method of discourse analysis, which allow an expert linguist to make an objective expert opinion on the issues raised. An expert linguist conducting an examination of texts with allegedly extremist content has to identify linguistic markers of extremism that are implemented at all language levels. The linguistic examination of Islamist discourse texts involves taking into account genre features of a religious text, having an impact on linguistic markers. Islamist discourse is understood as texts related to political radical trends of Islamism. The article presents fundamental differences between the terms “Islam” as a world religion and “Islamism” as a political trend. We propose an algorithm for the methodology of analyzing texts of allegedly extremist content based on the material of an Islamist text of the “sermon” genre, the main function of which is to instruct believers. Linguistic markers of extremism in the sermon genre are identified during the analysis and are classified according to their main functions: motivation and appeal, negation, demonstration of the superiority of one person or group of persons over other people based on nationality, origin and attitude to religion. These linguistic markers are implemented using the following linguistic means: morphological (verbs of obligation, verbs of the 2nd person singular or plural in the imperative mood, the form of the imperative of the 1st person plural); syntactic (particles in imperative sentences, complex sentences with subordinate clauses, addresses in combination with verbs in the imperative mood of the 2nd person plural); rhetorical means (rhetorical questions, antithesis); lexical and semantic means (nouns, verbs and other parts of speech with negative connotations); morphemic and word-formation means (comparative, superlative forms). The identified linguistic markers realize the function of demonstrating superiority, appeal, negativity in relation to “strangers”, “others”.

**Keywords:** linguistic analysis, extremism, Islamic discourse, preaching, linguistic tools, markers

**For citation:** Khokhlovskaya OG, Chernyavskaya KE. Linguistic Markers of Extremism in Islamist Texts of the Religious Genre “Sermon”: Methodological Aspect. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2024;(5(487)):135-142. (In Russ.). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-135-142.

### Введение

Лингвистическая экспертиза текстов экстремистского содержания заключается в установлении в тексте лингвистических признаков выражения определенного типа значения на основе применения специальных знаний. Задача эксперта при проведении такого рода анализа — исходить из того, что содержится в тексте, обращать внимание на значение, которое в тексте эксплицитно или имплицитно выражено.

Экспертизы текстов предположительно экстремистского содержания считаются самыми сложными, так как требуют применения сразу нескольких подходов: психологического, лингвистического, социально-психологического. Актуальность исследования заключается в том, что до сих пор не существует разработанной методики по выявлению маркеров экстремизма, на основе которой эксперт смог бы сделать объективное заключение.

Объектом при такого рода экспертизах выступает спорный текст как продукт речевой и ком-

муникативной деятельности говорящего или пишущего (адресанта).

Перед лингвистом встает ряд вопросов, на основе которых строится экспертное заключение. Анализ типичных вопросов показал, что при работе с текстами предположительно экстремистского содержания лингвисту-эксперту необходимо выявить языковые средства, так как они считаются наиболее надежными признаками выраженности значения.

### Основная часть

Лингвистическое исследование эксперта должно строиться на выявлении лингвистических маркеров, которые могут свидетельствовать о наличии признаков экстремизма. Среди них, исходя из поставленных вопросов, должны быть специальные языковые средства, выражающие призыв, побуждение, негативную и позитивную оценку, средства, реализующие значение преимущества одного человека или явления перед другим.

В работах лингвистов-экспертов приобрело функцию термина слово «маркер», которое, по мнению некоторых ученых, можно считать синонимом понятиям «признак», «особенность».

«Маркёр», согласно Словарю иностранных слов, — это «носитель какого-л. акустического (фонологического) или морфологического признака; выразитель положительной характеристики, позволяющей противопоставить члены двух рядов однородных языковых единиц»<sup>1</sup>.

По мнению И. А. Куприевой, «в лингвистике маркер является свободной или связанной морфемой, которая указывает грамматическую функцию помеченного слова, фразы или предложения» [8, с. 68].

Под маркерами мы можем понимать не только конкретные языковые единицы, но и «связки, семы, лингвокультурные концепты» [10, с. 220].

Таким образом, мы используем термин «маркер» как рабочее понятие, так как, на наш взгляд, термина «признак» недостаточно. Под лингвистическими маркерами экстремизма мы понимаем отдельные лингвистические средства фонетического, морфемного, морфологического, лексического, синтаксического уровней языка, выраженные словом, формами слова, синтаксическими конструкциями и способные указывать на наличие признаков экстремизма благодаря своему языковому значению.

Предлагаемый нами лингвистический анализ можно отнести к семантическим исследованиям, в котором анализируются значения текста или отдельных его слов и высказываний. Под значением понимается смысл, содержание и собственно значения сказанного. При проведении лингвистического анализа исламистских текстов с целью выявления маркеров экстремизма мы пользовались лексико-семантическим, семантико-синтаксическим и грамматико-синтаксическим методами. С помощью лексико-семантического анализа происходит экспликация семантической структуры слова или словосочетания, выделение денотативных и коннотативных значений. При описании семантики слов некоторых спорных слов и выражений мы использовали толковые словари современного русского языка (С. И. Ожегов, С. А. Кузнецов, Т. Ф. Ефремова и др.). Благодаря семантико-синтаксическому методу удалось установить значение слова или словосочетания в контексте предложения или всего текста. Грамматико-синтаксический

<sup>1</sup> Комлев Н. Г. Словарь иностранных слов. 2006. URL: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/foreign-words-komlev/index.htm?> (дата обращения: 06.01.2024)

метод позволил выделить грамматические значения на морфолого-синтаксическом уровне языка.

Однако, на наш взгляд, анализ отдельно взятых языковых единиц или предложений не всегда дает достоверный результат, поэтому, помимо названных методов, мы считаем необходимым применять метод дискурс-анализа.

Помимо этого, мы полагаем, что при лингвистическом анализе текстов предположительно экстремистского содержания немаловажную роль играет жанровая составляющая.

Жанр, в том числе и религиозный, может оказать существенное влияние на лингвистические маркеры, содержащиеся в нем. Так, например, вид оценочности напрямую зависит от того, к какому жанру относится текст, данный на анализ. Если речь идет о жанре «проповедь», то в таком случае маркеры будут выражать апологетическую оценочность, в поучении содержатся маркеры критической оценочности, а в молитве, как правило, таких маркеров нет.

Таким образом, в зависимости от жанра в текстах используются характерные речевые акты, которые в свою очередь влияют на лингвистические маркеры, определяющие экстремистский дискурс в лингвистическом подходе.

Методику предлагаемого нами исследования можно описать с помощью следующего алгоритма [2, с. 186]:

1. Определить жанр анализируемого текста предположительно экстремистского содержания.
2. Выявить речевые акты побуждения, призыва, угрозы, убеждения, негативации.
3. Провести лексико-семантический и семантико-синтаксический анализ с целью выявления лингвистических средств оценочности на разных уровнях языка.
4. Установить характер оценочности.
5. Установить функцию негативации с учетом намерения говорящего.
6. Определить объект оценки.
7. Выявить лингвистические средства побуждения и призыва (побудительные конструкции, глаголы в повелительном наклонении и т. п.) к насильственным действиям.
8. Выявить наличие форм сравнительной и превосходной степени.
9. Определить, выражается ли с помощью этих средств демонстрация превосходства, преимущества одного человека или группы лиц перед другими людьми по признакам национальности, происхождения, отношения к религии.
10. Сделать вывод.

Объектом исследования данной статьи является религиозный текст («Когда же мы проснемся», авторство которого приписывается Абу Умару Саситлинскому, дагестанскому исламскому проповеднику), принадлежащий представителям исламистских направлений, который можно отнести к жанру «проповедь».

Стоит отметить необходимость различать понятия «ислам» и «исламизм». В отличие от ислама как религии термин исламизм принято употреблять, имея в виду политическое течение [11, с. 57]. По мнению Б. В. Цыден-Ешиева, «исламизм относится к разным формам социальной и политической активности, цель которых заставить общественные и политические институты брать за основу исламистские принципы, которые чаще всего не имеют ничего общего с религией ислама» [15, с. 168]. Ислам представляет собой мировую религию, содержание которой не имеет политической направленности. Исламизм стоит рассматривать как политическое течение, в основе которого лежат искаженные каноны ислама.

Исламистский дискурс представляет собой «совокупность дискурсов, возникающих под влиянием активизации присутствия ислама и исламских стран в международном политическом процессе» [7, с. 276].

К основным жанрам религиозных текстов можно отнести следующее: «вопросы к священнослужителю» [1, с. 38], проповедь, молитва, поучение. Жанр проповеди относят к группе, в которую входят жанры «Бог — человек». В таких жанрах Бог обращается к человеку через посредника — проповедника, священнослужителя во время богослужения» [12, с. 16]. Проповедь считается основным жанром, в котором можно четко проследить жанры религиозного стиля.

В лексикографических исследованиях существуют разные определения жанра «проповедь».

Согласно Толковому словарю русского языка под редакцией Г. Н. Складневской, проповедь понимается как обращение священнослужителя к прихожанам в церкви. Цель такой речи, как правило, заключается в том, чтобы дать наставления и советы верующим<sup>1</sup>.

Проповедь рассматривается как моральные наставления, адресованные аудитории в рамках конфессионального общения в трудах Л. Ю. Иванова [6, с. 286].

<sup>1</sup> Складневская Г. Н. Толковый словарь русского языка... СПб., 1998.

Основная цель проповедника в исламе — это распространение религии, веры, назидание слушателей, толкование истин.

Е. В. Бобырева также считает основной задачей проповеди — религиозно-мотивированное воздействие на слушателей [4, с. 31].

В анализируемом нами тексте встречаются призывы к враждебной деятельности, направленной на алавитов. Алавиты (от «обожествляющие Али») — религиозные последователи течения алавизм, которое рассматривают как одно из направлений ислама и шиизма. Большинство верующих мусульман не принимает данное течение, так как алавизм включает в себя элементы христианства и древних верований.

В ходе лингвистического анализа нами были выявлены лингвистические маркеры побуждения и призыва.

Чаще всего призыв понимается как один из видов побуждения [5, с. 269]. По мнению И. А. Стернина, «призыв наряду с приказом, распоряжением, предложением, просьбой, увещанием, угрозой, предупреждением, запрещением, советом, рекомендацией и др. выражает побудительную семантику» [13, с. 12].

А. Н. Баранов разделяет речевой акт призыва и побуждения. Призыв, по мнению ученого, необходимо рассматривать как «часть общественно значимой деятельности, способствующей достижению некоторых идеалов» [2, с. 412]. Когда речь идет о призыве, обязателен факт публичности.

Перечислим выделенные нами лингвистические маркеры призыва, которые реализуются с помощью следующих лингвистических средств:

#### **I. Морфологические средства:**

1. Глаголы долженствования **нужно, надо, должны** в сочетании с инфинитивом **сделать, делать, посадить, бить, убивать, быть** («Я не знаю, что **нужно сделать**, чтобы мы проснулись? **Нас нужно всех посадить** в тюрьму? **Нас надо бить?**). В данном случае мы видим призыв к расширению количества верующих, к работе, к ведению религиозной жизни «на пути Аллаха». Вся жизнь истинно верующего мусульманина должна строиться как путь ради Аллаха.

2. Глаголы 2 л. ед. ч. или мн. ч. в повелительном наклонении:

– **проснись, используй** («**Эй, проснись** да, пока есть у тебя жизнь, пока Аллах уделил тебе это время, **используй, используй** хотя бы 5 процентов, я не знаю, 10 процентов своего имущества, своего времени на пути Аллаха») — побуждение начать жить во благо Аллаха;

– **работай, сделай, поработай** («*Работай, брат, это Аллах тебе халяль сделал*»; «*Если неделю дал тебе Аллах, один день выходной **сделай**, на пути Аллаха **поработай***») — побуждение к работе, физической и духовной, во благо Аллаха;

– **иди** («*Иди сюда, брат, ты нам нужен, мы ищем тебя*») — призыв к расширению количества верующих мусульман, которое можно понять как «вступай в наши ряды, мы должны распространять нашу веру»;

– **выходи, сражайся, работай, заработай** («*Выходи амал (работу) делать, **выходи сражайся, выходи работай** на пути Аллаха, **выходи и заработай** деньги на пути Аллаха*») — призыв к ведению мирной и враждебной жизни ради Аллаха: за веру нужно сражаться с неверными, всё, что ты делаешь, должно быть только ради Аллаха.

3. Форма императива 1 л. мн. ч.: **потратим, не победим** («*Давай это время **потратим** на пути Аллаха, хотя бы часть*») — побуждение жить во благо Аллаха. Речевой жанр побуждения подкрепляется косвенным обещанием: «всё поменяется в лучшую сторону, если мы начнем жить во благо Аллаха» — обещание лучшей жизни.

3. Вспомогательный глагол **быть** с отрицательной частицей («*Если мы сейчас **не будем работать**, Аллах нас лучшими заменит*») — побуждение к работе. Под работой подразумевается вся деятельность человека.

## II. Синтаксические средства:

1. Частица «**давай**», «**эй**», «**да**» в побудительном предложении («*Ты не знаешь, брат, сколько ты проживешь, я не знаю. **Давай** это время **потратим** на пути Аллаха, хотя бы часть*»; «*Эй, покажите, что вы есть*»; «*Эй, проснись **да**, пока у тебя есть жизнь, пока Аллах уделил тебе это время, используй, используй хотя бы 5 процентов, я не знаю, 10 процентов своего имущества, своего времени на пути Аллаха*»). В данном примере представлено побуждение вести образ жизни во благо Аллаха.

2. Сложноподчиненные предложения с придаточным условия («*Если мы сейчас **не будем работать**, Аллах нас лучшими заменит*»). В данном примере форма призыва подкреплена угрозой, которая реализована с помощью условного наклонения. Анализ контекста позволяет выстроить смысловую формулу: если мусульманин не будет жить во благо Аллаха, сражаться за свою веру, не будет искоренять неверующих, Аллах пошлет

наказание и эту миссию вместо него будет выполнять кто-то другой, «лучший».

3. Обращения в сочетании с глаголами в повелительном наклонении 2 л мн. ч. («*Эй, покажите, что вы есть*») — пример побуждения.

## III. Риторические средства:

1. Риторические вопросы, выражающие косвенное побуждение, которое реализуется с помощью косвенной угрозы: если вы не проснетесь и не начнете действовать, не начнете жить на пути Аллаха, вас будут сажать в тюрьму, бить, убивать («*Я не знаю, что нужно сделать, чтобы мы проснулись? Нас нужно всех посадить в тюрьму? Нас надо бить? Нас надо убивать поголовно что ли?*»).

2. Антитеза («*Таких, как мы, трусы и лентяи, не будет потом. И Аллах подготовит для Махди, чтобы с ними сражаться, нормальных мужчин, которые сражаются на пути Аллаха, которые жертвуют на пути Аллаха и телом, и имуществом*»). В данном примере содержится косвенное побуждение к сражению, к жертвенности своим телом на основе противопоставления: трусы и лентяи, которые не способны жертвовать собой, погибнут, их не станет, а выживут нормальные, те, кто сражается и жертвует собой во славу Аллаха. Лексемы «**трусы и лентяи**» противопоставлены лексеме «**нормальные**». Слово «нормальные» в данном случае несет в себе положительную коннотацию: нормальные — те, кто сражается во славу Аллаха, остальные — ненормальные (негативная коннотация).

Для ответа на вопросы, является ли эта оценочность положительной или отрицательной и на кого направлена негативация, если она имеет место, необходимо осуществить анализ текста, выявляющий средства оценочности.

Под негативацией мы понимаем речевой акт, содержащий отрицательные, негативные характеристики, направленные на адресата с целью дискредитировать его. Одним из видов негативации нередко выступает оскорбление, которое строится «по принципу игры на понижение социальной оценки» [9].

В «Методических рекомендациях по вопросам лингвистической экспертизы спорных текстов» негативация — это «сведения, которые содержат отрицательные характеристики юридического или физического лица или его деятельности, а также поступков физического лица с точки зрения здравого смысла, морали или с правовой точки зрения» [3, с. 137].

Среди лингвистических средств оценочности можно выделить:

### I. Лексико-семантические средства:

1. Существительные с негативной коннотацией «**твари**» (по отношению к алавитам (неверным, врагам Аллаха)): «*Алавитам, этим **тварям**, которые хуже, чем любой кафир (неверный), не то что там что-то продовольствием помогать, им воздух харам (запрещен), если можно мы воздух всем перекрыли бы*».

Согласно Толковому словарю С. И. Ожегова, «тварь» может употребляться как просторечие, с презрительной коннотацией и обозначать «недостойного, подлого человека»<sup>1</sup>.

В данном примере содержится **негативная оценочность** группы лиц (алавитов) по религиозному признаку.

2. Существительные с негативной коннотацией «**трусы и лентяи**» («*Таких, как мы, **трусы и лентяи**, не будет потом. И Аллах подготовит для Махди, чтобы с ними сражаться, нормальных мужчин, которые сражаются на пути Аллаха, которые жертвуют на пути Аллаха и телом, и имуществом*»): те, кто не готов сражаться ради Аллаха, то есть не искренне верующие, — трусы и лентяи. В данном примере содержится **негативная оценочность** группы лиц (неверующих) по религиозному признаку.

### II. Риторические средства:

**Антитеза:** «*Тех, которых наших сестер насилюют, наших братьев убивают, как можно им продовольствием помогать?*»; В данных примерах содержится положительная оценка враждебного действия, состоящего в отказе помогать врагам (алавитам), формируется на основе скрытого противопоставления: помогать — это плохо, запрещено, а не помогать — хорошо, правильно. В данном высказывании содержится имплицитно выраженная **положительная оценка** враждебных действий одной группы лиц по отношению к другой группе лиц (алавитам), реализованная в форме скрытой антитезы.

При проведении судебной лингвистической экспертизы текстов предположительно экстремистского содержания лингвисту часто необходимо ответить на вопрос: присутствуют ли в тексте лингвистические признаки превосходства одного человека или группы лиц перед другими людьми по признакам национальности, происхождения и отношения к религии. Для ответа

<sup>1</sup> Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений. М., 2006.

на этот вопрос лингвист выявляет грамматические формы сравнительной и превосходной степени.

В представленном тексте среди лингвистических средств демонстрации превосходства одного человека или группы лиц перед другими людьми по признакам национальности, происхождения и отношения к религии, можно выделить:

**I. Морфемно-словообразовательные средства:** «*Алавитам, этим **тварям**, которые **хуже**, чем любой кафир (неверный)...*» [14, с. 92]. Функция превосходства реализуется с помощью сравнительной формы прилагательного «хуже» [14, с. 92].

Анализ показал наличие акта побуждения, негативации, призыва, функции демонстрации превосходства, реализуемые с помощью лингвистических маркеров.

В ходе анализа установлен объект негативации — алавиты (неверующие). Алавиты выступают адресатом негативной оценки, положительная оценка дается враждебным действиям, которые направлены против алавитов.

### Заключение

Таким образом, лингвистический анализ исламистского текста религиозного жанра «проповедь» показал, что в тексте данного жанра присутствуют все основные лингвистические маркеры, на которые обращает внимание лингвист-эксперт при проведении экспертизы. Безусловно, доминирует речевой жанр призыва и побуждения, так как основная цель — призвать к каким-либо действиям: объединению, сплочению, сражению за веру и Аллаха. Призыв подкрепляется такими жанрами, как угроза, обещание, проклятие. В текстах обязательно присутствует объект негативации, зачастую это враги Аллаха, то есть неверующие, представители других религий. Проповедь, которая может быть расценена как экстремистская, содержит все необходимые для этого маркеры экстремизма.

Опыт применения предлагаемой нами методики экспертного анализа показал, что при анализе текстов предположительно экстремистского содержания исследование должно строиться на выявлении лингвистических маркеров экстремизма. Среди них должны быть специальные языковые средства, выражающие призыв, побуждение, негативную и позитивную оценку, средства, реализующие значение преимущества одного человека или явления над другим.

## Список источников

1. Аликаев Р. С., Темботова Е. С., Аликаева М. Р. Лингвопрагматика речевого жанра «Вопросы священнослужителю» в конфессиональном интернет-дискурсе. Нальчик, 2012. 184 с.
2. Баранов А. Н. Лингвистическая экспертиза текста: теория и практика. М. : Флинта : Наука, 2007. 592 с.
3. Бельчиков Ю. А. Методические рекомендации по вопросам лингвистической экспертизы спорных текстов СМИ. М., 2010.
4. Бобырева Е. В. Религиозный дискурс: ценности, жанры, стратегии (на материале православного вероучения) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2007. 45 с.
5. Вежбицкая А. Речевые акты // Новое в зарубежной лингвистике. Выпуск XVI. М., 1985. С. 251–275.
6. Иванов Л. Ю. Проповедь. Культура русской речи // Энциклопедический словарь-справочник. М. : Флинта : Наука, 2003. 515 с.
7. Исаков А. С. Дискурс исламизма // Дискурс-Пи. 2017. № 3-4 (28-29). С. 276–282.
8. Куприева И. А., Смирнова С. Б. Об использовании лингвистических маркеров в исследовании языка // Научные исследования и разработки молодых ученых : сборник материалов XX Международной молодежной научно-практической конференции, Новосибирск, 18–19 августа 2017 г. Новосибирск, 2017. С. 66–70.
9. Кусов Г. В. Судебная лингвистическая экспертиза «оскорбления»: решение проблемы «неприличная форма» // Мудрый юрист. URL: <https://wiselawyer.ru/poleznoe/69747-sudebnaya-lingvisticheskaya-ehkspertiza-oskorbleniya-reshenie-problemy-neprilichnaya> (дата обращения 20.02.2024)
10. Кусов Г. В. Общие и частные задачи методологии судебной лингвистической экспертизы // Теория и практика общественного развития. 2011. № 5. С. 217–224.
11. Малашенко А. В. Исламская альтернатива и исламский проект. М. : Весь мир, 2006. 220 с.
12. Перевалова О. А. Стихотворная молитва в русской поэзии XIX века: жанровая динамика и типология : дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2015. 28 с.
13. Стернин И. А. Выявление признаков возбуждения расовой и национальной вражды в лингвистической экспертизе текста : методическое пособие. Воронеж : Гарант, 2010. 20 с.
14. Хохловская О. Г. Специфика текстов исламского религиозного интернет-дискурса: опыт экспертного анализа // Язык и право: актуальные проблемы взаимодействия: материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции, Ростов-на-Дону, 15 ноября 2018 года. Вып. 8. Ростов н/Д. : Донское книжное издательство, 2018. С. 90–94.
15. Цыден-Ешиева Б. В. Ислам и исламизм. Проблемы восприятия понятий в современном мире // Миссия конфессий. 2021. № 2 (51). С. 167–175.

## References

1. Alikaev RS et al. Linguopragmatika rechevogo zhanra «Voprosy svyashennosluzhitelyu» v konfessionalnom internet-diskurse = Linguopragmatics of the speech genre “Questions from a clergyman” in confessional Internet discourse. Nalchik; 2012. 184 p. (In Russ.).
2. Baranov AN. Linguistic examination of text: theory and practice. Moscow; 2007. 592 p. (In Russ.).
3. Belchikov YuA. Metodicheskie rekomendacii po voprosam lingvisticheskoy ekspertizy spornykh tekstov SMI = Methodological recommendations on linguistic examination of controversial media texts. Moscow; 2010. (In Russ.).
4. Bobyreva EV. Religious discourse: values, genres, strategies (based on the material of Orthodox doctrine) = Religious discourse: values, genres, strategies (based on the material of Orthodox doctrine). Thesis Abstract. Volgograd; 2007. 45 p. (In Russ.).
5. Vezhbickaya A. Rechevye акты = Speech acts. In: Novoe v zarubezhnoj lingvistike = New in foreign linguistics. Issue XVI. Moscow; 1985. Pp. 251–275. (In Russ.).
6. Ivanov LYu. The sermon. The culture of Russian speech. Enciklopedicheskij slovar'-spravochnik = Encyclopedic dictionary-reference. Moscow; 2003. 515 p. (In Russ.).
7. Isakov AS. Diskurs islamizma = Discourse of Islamism. *Diskurs Pi = Discourse-Pi*. 2017;(3-4(28-29)): 276-282. (In Russ.).
8. Kuprieva IA. Ob ispol'zovanii lingvisticheskikh markerov v issledovanii yazyka = On the use of linguistics

tic markers in language research. Nauchnye issledovaniya i razrabotki molodyh uchenyh: Sbornik materialov XX Mezhdunarodnoj molodezhnoj nauchno-prakticheskoy konferencii, Novosibirsk, 18–19 avgusta 2017 goda. = Scientific research and development of young scientists: Collection of materials of the XX International Youth Scientific and Practical Conference, Novosibirsk, August 18–19, 2017. Novosibirsk; 2017. Pp. 66–70. (In Russ.).

9. Kusov GV. Sudebnaya lingvisticheskaya ekspertiza “oskorbleniya”: reshenie problemy “neprilichnaya forma” = Forensic linguistic examination of “insult”: solving the problem of “indecent form”. *Mudryj yurist* = *Wise lawyer*. URL: <https://wiselawyer.ru/poleznoe/69747-sudebnaya-lingvisticheskaya-ehkspertiza-oskorbleniya-reshenie-problemy-neprilichnaya> (accessed 20.02.2024). (In Russ.).

10. Kusov GV. Obshchie i chastnye zadachi metodologii sudebnoj lingvisticheskoy ekspertizy = General and specific tasks of the methodology of forensic linguistic expertise. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya* = *Theory and practice of social development*. 2011;(5):217-224. (In Russ.).

11. Malashenko AV. Islamskaya alternativa i islamskij proekt = Islamic alternative and Islamic project. Moscow; 2006. 220 p. (In Russ.).

12. Perevalova OA. Stihotvornaya molitva v russkoj poezii XIX veka: zhanrovaya dinamika i tipologiya = Poetic prayer in Russian poetry of the 19th century: genre dynamics and typology. Abstract. Yekaterinburg; 2015. 28 p. (In Russ.).

13. Sternin IA. Vyuavlenie priznakov vzbuzhdeniya rasovoj i nacionalnoj vrazhdy v lingvisticheskoy ekspertize teksta = Identification of signs of incitement to racial and national hatred in the linguistic examination of the text. Voronezh; 2010. 20 p. (In Russ.).

14. Hohlovskaya OG. Specifika tekstov islamskogo religioznogo internet-diskursa: opyt ekspertnogo analiza = Specifics of Islamic religious Internet discourse texts: experience of expert analysis. *Yazyk i pravo: aktualnye problemy vzaimodejstviya: materialy VIII Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii, Rostov-na-Donu, 15 noyabrya 2018 goda. Vypusk 8.* = *Language and law: current problems of interaction: materials of the VIII All-Russian Scientific and Practical Conference, Rostov-on-Don, November 15, 2018. Issue 8.* Rostov on Don; 2018. Pp. 90–94. (In Russ.).

15. Cyden-Eshieva BV. Islam i islamizm. Problemy vospriyatiya ponyatij v sovremennom mire = Islam and Islamism. Problems of perception of concepts in the modern world. *Missiya konfessij* = *The mission of the confessions*. Moscow. 2021;(2(51)):167-175. (In Russ.).

### Информация об авторах

**О. Г. Хохловская** — кандидат филологических наук, преподаватель кафедры русского языка и литературы.

**К. Е. Чернявская** — преподаватель кафедры теоретического и прикладного языкознания.

### Information about the authors

**O. G. Khokhlovskaya** — Candidate of Philological Sciences, Lecturer at the Department of Russian Language and Literature.

**K. E. Chernyavskaya** — Lecturer at the Department of Theoretical and Applied Linguistics.

---

*Статья поступила в редакцию 10.03.2024; одобрена после рецензирования 13.03.2024; принята к публикации 21.04.2024.*

*The article was submitted 10.03.2024; approved after reviewing 13.03.2024; accepted for publication 21.04.2024.*

Вклад авторов: оба авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflicts of interests.





MONTIBVSELSIN  
LOLACTABATCORI  
CRVDELISNEXINI  
CARMINLNOSTRI  
REFORMA F. DN. VN  
MONTIBVSELSIN  
LOLACTABATCORI  
CRVDELISNEXINI  
CARMINLNOSTRI