Вестник Челябинского государственного университета

Филологические науки
Выпуск 138

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

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
Основан в 1991 году

№ 8 (490) 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-Кавус, Иран).

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.

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

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»

Корректура *С. В. Ястребовой*
Верстка *С. В. Ястребовой*

Подписано в печать 28.11.24.
Выход в свет 04.12. 24.
Формат 60×84 $^{1}/_{8}$. Бумага офсетная.
Гарнитура Times. Усл. печ. л. 29,5.
Уч.-изд. л. 25,4.
Тираж 500 экз. Заказ 483.
Цена свободная

Отпечатано:
Издательство Челябинского государственного университета
Россия, 454021, Челябинск, ул. Молодогвардейцев, 57б

12+

Bulletin of Chelyabinsk State University

Philological Sciences

Issue 138

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

ACADEMIC PERIODICAL

Founded in 1991

№ 8 (490) 2024

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 Umiversity, 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

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 № ФС77-66312
dated 01.07.2016

Index 33077
in the "Press of Russia" catalog

Proofreader *S.V. Yastrebova*
Imposition by *S.V. Yastrebova*

Approved for printing 28.11.24.
Date of publication 04.12.24.
Format 60×84 $^{1}/_{8}$. Litho paper.
Font Times.
Conventional print. sh. 29,5.
Ac.-publ. sh. 25,4.
Circulation 500 copies.
Order 483. Open price

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

12+

СОДЕРЖАНИЕ

ЛЕКСИЧЕСКАЯ СЕМАНТИКА И УЗУС

Валеев Г. К. Десемантизация значения слова 7

Голованова Е. И. Суффиксальные универбы в профессиональной коммуникации 16

Катермина В. В. Образный потенциал английского неологического дискурса 25

Питина С. А. Русские и английские названия ягод 33

ДИСКУРСОЛОГИЯ, ПРАГМАЛИНГВИСТИКА, СТИЛИСТИКА, РИТОРИКА

Алефиренко Н. Ф. Дискурс как речемыслительный субстрат текста 39

Басовская Е. Н., Воронцова Т. А. Блог как диалог 49

Власян Г. Р., Шкода Ю. Д. Особенности хеджирования в англоязычном спортивном дискурсе (на материале репортажей Формулы-1) 59

Жаркова У. А. Дискурсивная практика самоидентификации творческой личности в дискурсе СМИ (на материале русского и немецкого языков) 68

Саркисова А. Ю. Риторическое оформление нарративов о побочных эффектах от вакцинации в медиакоммуникации периода пандемии 78

Хакимова Е. М. Дискурсивные механизмы коммуникативного партнерства при популяризации лингвистического знания 86

Шелестюк Е. В., Варламова А. С. Коммуникативные интенции, жанры и стратегии: разграничение понятий и классификации 96

Липин Юй, Гаврилова В. Л. Лексико-грамматические особенности глагольных коммуникем-энантонимов в русской публицистической речи 108

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ, ЛИНГВОКОНЦЕПТОЛОГИЯ, ТЕОРИЯ ПРЕЦЕДЕНТНОСТИ

Вильданова Г. А. Прецедентные эвфемизмы в английском языке 115

Погорелко А. М., Герасина Т. Н. Диалектика русской тоски с точки зрения концептуального анализа 124

Файзиева Г. В., Гроховская И. А. Образ хирурга в англоязычном и русскоязычном лингвокультурном пространстве субстандарта 134

Цуй Сяоцин, Миронова А. А. Лингвокультурные маркеры колоративов в наименованиях помады с семой «фрукты / ягоды» 141

ПСИХОЛИНГВИСТИКА, КОММУНИКАТИВНАЯ ЛИНГВИСТИКА

Ларцина С. В., Юрина Е. А. Влияние игрового опыта на восприятие негативных концептов (на примере понятий плохо, смерть и зло) 148

Олизько Н. С., Юдина К. В. Привлечение иностранных студентов в российские вузы: эффективные стратегии вербального и невербального воздействия 157

Ольховская Ю. А. Речевая коммуникация: категория вежливости и речевой агрессии при взаимодействии с пожилыми людьми 166

Подъяпольская О. Ю. Репрезентация идентичности политического деятеля (на материале интервью с С. В. Авксентьевой) 174

ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЕ, КОНЦЕПЦИИ ПЕРЕВОДА

Кушнина Л. В., Фоменко Е. А. Аксиологические факторы перевода: гармоничность vs экологичность 183

Нефедова Л. А., Полупанова В. В. Разработка адаптивных стратегий при переводе анимационного текста 192

Хомутова Т. Н. Стратегии перевода в интегральном освещении 199

Хорецкая Н. Ю. Коммуникативная равнозначность оригинала и перевода художественного текста: аспект передачи на немецкий язык высказываний с логическими частицами 213

АВТОМАТИЗАЦИЯ, МАШИННОЕ ОБУЧЕНИЕ И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ В ЛИНГВИСТИКЕ, ПЕРЕВОДЕ И ПЕДАГОГИКЕ

Редькина О. Ю., Карпета Т. В., Пономарева Д. С., Вершинина Д. А. Машинное обучение при адаптации учебных текстов: лексический аспект 220

Ремхе И. Н., Краснопеева Е. С. Автоматизация перевода в теории и на практике: о производственных контекстах и технологической компетенции переводчика 230

ЭТНОКУЛЬТУРОЛОГИЯ, ЭТНОНИМИКА, ЯЗЫКОВЫЕ КОНТАКТЫ И ЯЗЫКОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

Жамсаранова Р. Г. Этнокультурный аспект субстратной топонимии Восточного Забайкалья 238

Суюнбаева А. Ж. Процесс применения системы «КАЗТЕСТ» в условиях трёхъязычия и результаты определения уровня знания государственного языка 248

CONTENTS

LEXICAL SEMANTICS AND USAGE

Valeev G. K. Desemantication of word meaning 7

Golovanova E. I. Suffix universities in professional communication 16

Katermina V. V. Figurative potential of English neological discourse 25

Pitina S. A. Russian and English berry names 33

DISCOURSEOLOGY, PRAGMALINGUISTICS, STYLISTICS, RHETORIC

Alefirenko N. F. Discourse as a speech substrate of a text 39

Basovskaya E. N., Vorontsova T. A. Blog as a dialogue 49

Vlasyan G. R., Shkoda Y. D. Hedging in English sports discourse (on the material of Formula-1 Running commentaries) 59

Zharkova U A. Discursive practice of self-identification of a creative person in media discourse (based on the material of Russian and German languages) 68

Sarkisova A. Yu. Rhetoric of Narratives about Side Effects from Vaccination in Media Communications during the Pandemic 78

Khakimova E. M. Discursive mechanisms of communicative partnership in the popularization of linguistic knowledge 86

Shelestyuk E. V., Varlamova A. S. Communicative intentions, genres and strategies: delimitation of concepts and classifications 96

Liping Yu, Gavrilova V. L. Lexical and grammatical features of verb communicemes-enantonyms in Russian publicist speech 108

LINGUOCULTUROLOGY, LINGUOCONCEPTOLOGY, PRECEDENT THEORY

Vildanova G. A. Precedent euphemisms in the English language 115

Pogorelko A. M., Gerasina T. N. Dialectics of the Russian notion “toska” through conceptual analysis 124

Fayzieva G. V., Grokhovskaya I. A. Image of a surgeon in the English-speaking and Russian-speaking linguistic-cultural space of the substandard 134

Cui Xiaoqin, Mironova A. A. Linguocultural markers of coloratives in names of lipsticks with the seme “fruits / berries” 141

PSYCHOLINGUISTICS, COMMUNICATIVE LINGUISTICS

Lartsina S. V., Yurina E. A. The influence of gaming experience on the perception of negative concepts (using the concepts of *bad, death* and *evil* as an example) 148

Olizko N. S., Yudina K. V. Attracting foreign students to Russian universities: effective strategies of verbal and non-verbal influence 157

Olkhovskaya Y. A. Speech communication: the category of politeness and verbal aggression in interactions with the elderly 166

Podyapolskaya O. Yu. Representation of the identity of a political figure (based on an interview with S. V. Avksentieva) 174

TRANSLATION STUDIES, TRANSLATION CONCEPTS

Kushnina L. V., Fomenko E. A. Axiology Factors: Translation Harmony vs Ecotranslation 183

Nefedova L. A., Polupanova V. V. The development of adaptive strategies when translating animated text 192

Khomutova T. N. Translation strategies: an integral approach 199

Khoretskaya N. Yu. The communicative equivalence of the original and the translation of a literary text: the aspect of transmission statements with logical particles into German 213

AUTOMATION, MACHINE LEARNING AND INTELLIGENT SYSTEMS IN LINGUISTICS, TRANSLATION AND PEDAGOGY

Redkina O. Yu., Karpeta T. V., Ponomareva D. S., Vershinina D. A. Machine learning in adaptation of educational texts: lexical aspect 220

Remkhe I. N., Krasnopeyeva E. S. Theory and practice of translation automation: on the production contexts and translator's technological competence 230

ETHNOCULTUROLOGY, ETHNONYMY, LANGUAGE CONTACTS AND LANGUAGE PLANNING

Zhamsaranova R. G. Ethnocultural aspect of substrate Toponymy of Eastern Transbaikalia 238

Suenbaeva A. Zh. The process of applying the KAZTEST system in trilanguage conditions and the results of determining the level of knowledge of the state language 248

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 7–15.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):7-15.

Научная статья

УДК 81'371

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-7-15

ДЕСЕМАНТИЗАЦИЯ ЗНАЧЕНИЯ СЛОВА

Гадель Камилович Валеев

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, vgadel@gmail.com

Аннотация. Традиционно, анализируя лексико-семантическое содержание слова, внимание акцентируют на сигнификативной и денотативной его составляющей. Это закономерно, так как если сигнификат — квинтэссенция лексического значения слова, то денотат — типичный облик референта, облик всех сущностей называемого конкретного слова. В статье десемантизация сигнификативной и денотативной компоненты рассматривается не столько как распад, перерождение исходной лексемы, а как зарождение новой словарной единицы, соответственно метафорического деривата и омонима. Точно также любое изменение означающего (звучащего или графического знака) приводит к образованию синонимов из значений полисемантического слова. Доказывается, что десемантизация, являясь неотъемлемой частью процесса семантизации лексического значения слова, включает в себя и её демотивацию и деэтимологизацию. Прагматика, субъективное отношение говорящего к адресату, факту высказывания приводит наряду с разрушением старого лексического значения слова вплоть до превращения слов в дейктики и дискурсивные слова к зарождению новых словарных единиц на основе генерализации и специализации значений исходного слова. В статье аргументированно обосновывается, как новая прагматическая коннотация слова, возникшая на основе разных семантических ассоциаций, подменяет и вытесняет исходное значение слова особенно в диахроническом плане.

Ключевые слова: лексическое значение слова, означающее, денотат, сигнификат, прагматика слова, семантизация, десемантизация значения слова.

Для цитирования: Валеев Г. К. Десемантизация значения слова // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 7–15. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-7-15.

Original article

DESEMANTICATION OF WORD MEANING

Gadel K. Valeev

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, vgadel@gmail.com

Abstract. Traditionally, analyzing the lexical and semantic content of a word, attention is focused on its significative and denotative components. This is natural, since if the signifier is the quintessence of the lexical meaning of a word, then the denotation is the typical appearance of the referent, the appearance of all the entities of the so–called specific word. In the article, the desemanization of the significative and denotative components is considered not so much as the disintegration of the original lexeme, but as an emergence of a new vocabulary unit, a metaphorical derivative and a homonym. Similarly, any changes in the signifier (sounding or graphic sign) leads to the formation of synonyms of the meanings of a polysematic word. It is proved that desemanization, being an integral part of the process of semanticizing the lexical meaning of a word, includes its demotivation and de-etymologization. Pragmatics, the speaker's subjective attitude to the addressee and the fact of an utterance may result in the destruction of the old lexical meaning of a word, even its transformation into a deictive or a discursive word, but ultimately — to the emergence of a new vocabulary unit based on generalization or specialization. The article substantiates how the new pragmatic connotation of the word, which arises on the basis of various semantic associations, replaces and displaces its original meaning, especially in the diachronic plane.

© Валеев Г. К., 2024

Keywords: lexical meaning of the word, meaning, denotation, signification, pragmatics of the word, semantization, desemantization of the meaning of the word

For citation: Valeev GK. Desemantication of word meaning. *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;(8(490): 7-15. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-7-15.

Введение

Первичное традиционное понимание семантики связано со смысловым содержанием основной лексической единицы — словом, хотя современная лингвистическая семантика далеко шагнула за пределы слова. Рассматривается семантика предложения и высказывания, в которой основной проблемой считается проблема композициональности, то есть выводимости их значения из значений составляющих слов. Далее значения языковых единиц, в том числе и слова, признаются принадлежащими сознанию человека, ментальной сущности. Они, значения языковых единиц, при этом как ментальный феномен участвуют в когниции, познании мира.

Оставаясь в рамках традиционного восприятия лексического значения слова, апеллируем к «семантическому треугольнику», состоящему из: 1) означающего знака (зрительного, дактильного, *фонетического слова*); 2) объекта, явления действительности (референта или *денотата*); 3) означаемого понятия (смысла, *сигнификата*). В *парадигматике* семантические отношения можно представить как оппозитивные: синонимические, антонимические, полисемические, омонимические, гипонимические, лексико-семантические группы (ЛСГ) и как наиболее общая группа — лексико-семантические поля.

Десемантизация, исходя из термина, означает полную или частичную утрату лексического, «словарного» значения исходного слова. К этому, судя только по префиксу *де-*, нельзя относиться, как к какому-то негативному явлению в языке. Это просто одна из форм диалектического развития и обогащения языка, строго говоря, часть жизни языка. Как слова зарождаются из звуков, междометий, дейктиков, указательных слов, давших в том числе все местоимения, включая личные, обретших смысл, самостоятельную семантику и проходят семантизацию, так и, наоборот, знаменательные слова, состоящие, в первую очередь, из корневой морфемы с развитием языка, отягощённые полисемантическим бременем из полузнаменательного состояния (суффиксоидов, префиксоидов, «полуфлексий») переходят в служебные части речи, то есть, грамматикализируются.

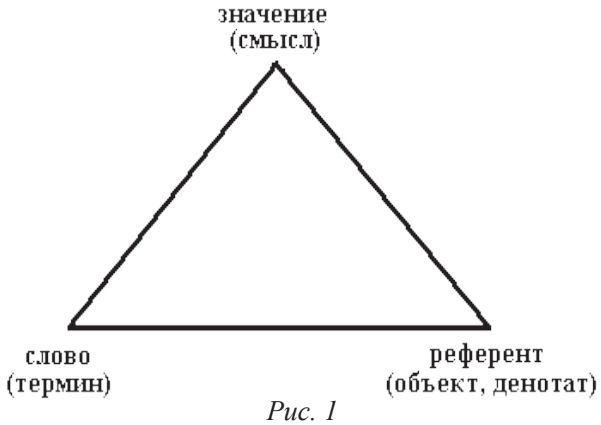


Рис. 1
Fig. 1

Семантизация сегментных и суперсегментных (просодических) единиц языка

Более того, естественный язык способен передавать бессознательные языковые установки не только словами, но и межсловными промежутками, что замечено в пословице «слово — серебро, молчание — золото». По остроумному замечанию Клода Дебюсси, «музыка — это промежуток между нотами». Как из «неведомого гула посреди тишины» возникают *звуки, слова и текст* описывал Р. Рождественский. Рождение произведения мастерски передала А. Ахматова в стихотворении «Творчество»:

Бывает так: какая-то истома;
В ушах не умолкает бой часов;
Вдали раскат стихающего грома.
Неузнанных и пленных голосов
Мне чудятся и жалобы и стоны,
Сужается какой-то тайный круг,
Но в этой бездне шёпотов и звонов
Встает один, всё победивший звук.
Так вкруг него непоправимо тихо,
Что слышно, как в лесу растет трава,
Как по земле идет с котомкой лихо...
Но вот уже послышались слова
И легких рифм сигнальные звоночки, —
Тогда я начинаю понимать,
И *просто продиктованные строчки*
Ложатся в белоснежную тетрадь

(курсив мой — ***Г. В.***).

Проследим семантизацию, например, указательных слов, начинающихся частыми в индоевропейских языках глухими *p, t, k: къ-то*, с фонетическим вариантом *чь-то.* Склонение местоимений *к-ого, к-ому, ч-его, ч-ему* сразу выдаёт,

что корневая часть состоит из одной фонемы, а в начальной форме *къто* другое местоимение *тъ* в форме среднего рода выполняет роль частицы. Таким приёмом сложения образовались все местоимения: *вь-сь, вь-ся-къ-и; инъ-и*, которые затем могли осложняться частицами: *каждый* (местоимение *къ* + частица *жьдо*: Им. *къжьдо*, Род. *когождо*, Дат. *кому-ждо* и т. д.) [7, с. 256–262]; древнейшими суффиксами: *къ-тъ-ръ-и* (*р* — универсальный суффикс, присутствующий сейчас в корнях слов разных частей речи: *пи-ръ, жи-ръ* от *пити, жити; хит-ръ-и* «ловкий» от *хыт-и-ти, доб-ръ-и*, ср.: *у-доб-нъ-и, с-доб-нъ-и, доб-лесть)*; междометиями: *этот* < *э-тъ-тъ*.

Во всех тюркских языках аффикс множественного числа *-лар//-лӘр* образовался в результате соединения двух древних показателей семантической множественности *-л-, -р-* [18, с. 88, 91]. Как признают исследователи, «почти все согласные тюркских языков оказываются реликтовыми показателями множественного числа» [24, с. 84; 19, с. 10]. Ряд учёных считает, что до присоединения *-р* для обозначения множественности свой вклад вносят и гласные *-а-//-ӘӘ* [2, с. 22–23]. Так с ослаблением парности, собирательности, обозначаемой разными согласными и гласными, складывается дискретное множественное число, имеющее уже *грамматическое* значение.

Древнейшая звукоподражательная теория и звукосимволизм, как показали уже исследования 2-й половины XX в., «дали новые веские доказательства в пользу того, что они играли наряду с жестом важнейшую роль в возникновении языка» [6, с. 165–166] в образовании новых слов уже не с грамматическим, а с лексическим значением. Поэтому интенсивно изучаются не только междометные слова такие как: *хлоп, треск, шлёп, гал-гал, мур-мур, кря-кря, кол-кол, пр-пр* и производные от них: *хлопать, трещать, галдеть, мурлыкать, крякать; хлопóк, шлёпанцы, кряква, глагол, мурка, трескотня, колокол, прапор* (знамя), *прапорщик*, но и подражательные слова, отгонные и подзывные слова, мимемы-имитативы и дериваты от них (*бар-бар-бар* > *баран* [23, с. 17], *кис-кис* > киска, баш. диал. *hӘγ-hӘγ* > *hӘγкӘш* «корова» вм. лит. *hыйыр*). Ранее только при этимологическом анализе слова, и то не всегда, писали, например, о звуке о как о междометии, произносимом при сильных эмоциях, при скорби, с удивлением [25, с. 70].

С рождением нового направления в языкознании — *фоносемантики,* синестезийные межчувственные ощущения стали изучать не только как троп метафорического типа в литературоведческом анализе, но и в языкознании. Буква и звук *о*, по шкале профессора А. П. Журавлева, например, имеет подсознательное значение: «большая эмоциональность, таинственные волнения». Поэтому ранее изредка встречавшееся почти криминальные утверждения, что звук о, это «нечто круглое, огубленное, отверстие» сейчас воспринимаются как фоносимволизм — *боб, поп; око, окно, окунь* (большеглазый), *очень*. Г. Е. Корнилов называет «звук речи, символизирующий какое-либо свойство живой или неживой природы», *идеофоном.* Так идеофон К- у него символизирует «внезапность», П- // Ph- «дуновение». Хотя книга проф. Г. Е. Корнилова называется «Имитативы в чувашском языка», он рассматривает большое число имитативов на широком ностратическом фоне [11].

В своей знаменитой книге «Первобытная культура» Э.-Б. Тайлор писал: «...так что рядом с мифическими идеями, в которых речь следовала за воображением, *есть и такие, в которых речь шла впереди, а воображение следовало по проложенному ею пути»* [21, с. 214]. Произнесённое слово считалось тотемом. «В связи с этим становится понятным смысл буквенной и словесной магии, стремление «засекретить» имена тех предметов, которые нужно «обезопасить» от враждебного воздействия (явление табу)» [21, с. 20]. Магическое восприятие корневого слова, состоящего подчас из одной фонемы, иррадируя парадигматические, синтагматические отношения, синестезийные ассоциации, позволяет создавать обширные сигнификативные поля, подчас с очень трудно уловимыми диахроническими и понятийными связями с корневой семой. Так возникают некие разновидности идеографических словарей нового времени. Таковы в принципе словари М. М. Маковского [13; 14], А. Г. Шайхулова [15], Т. М. Гарипова [8] и др.

Десемантизация компонентов (всех составляющих) значения слова

Схематично показав возможность лексикализации звуковых комплексов любого происхождения, начиная с самого минимального — звука, вернёмся к заявленному обратному процессу, десемантизации знаменательного слова. Конечно, при десемантизации, в первую очередь идёт речь о сигнификативном поле слова, понятийном компоненте вещи, явлении, сложившимся в познавательной деятельности человека. Так как лексическое значение слова формируется и разрушается веками, то проблемы утраты смысловых связей с производящей основой в результате звуковых

изменений, непродуктивности старых аффиксов традиционно решали в плане этимологизации и *деэтимологизации*. Сейчас, обосновываясь на положении Ф. де Соссюра о мотивированных и немотивированных словах, выделилась отдельная лингвистическая дисциплина мотивология [22; 3], соответственно **затемнение и утрата внутренней формы слова** рассматривается как *демотивация*. Не останавливаясь на анализе этих дефиниций, сошлемся на мнение И. А. Кунгушевой, «на синхронном уровне демотивация взаимодействует с явлением деэтимологизации, находясь с ним в отношении **включения**; с явлениями лексикализации внутренней формы слова явление мотивации создаёт в такой позиции отношения **исключения**. В диахронии демотивация связана со многими фонетическими, морфологическими и **семантическими процессами**» [12]. Таким образом, десемантизация как неотъемлемая часть процесса семантизации включает в себя и демотивацию и деэтимологизацию.

Схема семантического треугольника изображает идеально простой вариант: одному фонетическому слову соответствует один денотат с одним значением. Это обычно термин, например, в филологии — *хорей, гипонимия, имперфект*; токарные инструменты — *фреза, кернер, штангенциркуль*; в медицине — *троакр, бурсит, тримектал*. Однако каждый угол треугольника может иметь свои вариации. Обычно фонетическое слово берут как константу и никаких вариантов к нему не рассматривают. Но и здесь возможны варианты при сохранении сигнификативного значения: *ноль — нуль, матрас — матрац; декан — дэкан, агрессия — агрэссия; фенОмен — феномЕн; дискУрс — дИскурс, слИвовый — сливОвый*. Если различаются суффиксы или приставки, то варианты осложняются: *помыть — вымыть — умыть; машет — махает*. Язык не терпит слов без смысла и стремится перевести их из вариантов в контекстуальный речевой или языковой синонимический ряд: *нуль* — в математике, а *ноль* — в других случаях; *матрас* — современное употребление, а *матрац* — устарелое; *фенОмен* — научный термин, а *феномЕн* — уникальный человек; *слИвовый* — из сливы, а *сливОвый* — цвета сливы; *помыть* — закончить мыть, а *вымыть* — тщательно или большое число объектов, *умыть* — по отношению к телу. Хотя *махаю, махает* узус, обычай считает разговорным вариантом к *машу, машет*, но большинство словарей признают их равноправие, а студенты часто *махает* (оборот крыльев ветряных мельниц) признают полисемией, новым значением слова *махать*. Академик Ю. С. Степанов часто **пределом вариаций фонетического слова считает синоним** [20, с. 14], так как большинство синонимов однокорневые слова, различающиеся только суффиксами и приставками: *маленький — малюсенький, малехонький, малосущественный, маленький-маленький;* либо корни, окружённые одинаковыми аффиксами: *преднамеренный, предначертанный, предопределенный, предназначенный, предписанный, предположенный, предпосланный, предпочтительный, предрасположенный, предуготовленный, предусмотренный.*

Ю. С. Степанов как теоретик и семиотик **пределом вариаций денотата считает метафору в широком понимании** [см.: 20, с. 18], включая сюда и метонимию, синекдоху и пр. Проверим данное утверждение на примерах из студенческого сленга: *провалиться на экзамене; французы, немцы* (студенты лингвистического факультета), *окно* (в расписании), *по мигалке* (занятия по чётной и нечётной неделям), *шпора* (шпаргалка), *учиться в кульке* (в Челябинской академии культуры и искусства), *встретимся у Лысого* (в Челябинске в сквере у памятника С. Цвиллингу), *ты что, из Талапкера?* (деревенщина, не догоняешь — снова сленговое значение *не понимаешь*. Подслушано у студентов Костанайского филиала ЧелГУ. Талапкер — несколько сел в отдалённых районах Костанайской области). Мы здесь имеем метафорические переносы по функции, по смежности, по форме, созвучию, времени, месту и т. д. **Считать ли метафоры по денотату примером десемантизации слова? Конечно, да.** Здесь звуковая оболочка сохраняется, но слово уже применяется по отношению к другому явлению действительности. Связь между исходным денотатом и его метафорой опосредована: *встретимся у Лысого* — названа: 1) локация (место); 2) объект, а не пространство (мог быть лысый холм, гора); 3) тип объекта (памятник); 4) атрибуция (на постаменте массивная голова революционера С. Цвиллинга с короткой стрижкой (рис. 1).

Рис. 1. Памятник С. М. Цвиллингу. Фото автора статьи

Fig. 1. Monument S. M. Zwilling. Photo of the author of the article

В ряде случаев удачная метафора «закрывает» внутриязыковую лакуну, в наших примерах это *окно* (в расписании), *мигалка* (чередование занятий по неделям).

Фонетическое слово как знак и значение не совпадают друг с другом. С. О. Карцевский писал, что значение «стремится выразить себя иными средствами, нежели его собственный знак», а знак «стремится обладать иными функциями, нежели его собственная» [9, с. 85]. Поэтому слово находится на перекрестье многозначности (полисемии) и синонимии. По А. А. Потебне, имеются ближайшие и дальнейшие значения слова, с ближайшим значением слова имеет дело языкознание, а с дальнейшим — другие науки [17, с. 19]. Слово *страна* ближайшим значением имеет «место проживания, родина». Развитие дальнейшего значения слова — «местность с особыми условиями, со своим населением» и так далее может стать его однокорневым омонимом, то есть, как заметил Ю. С. Степанов, **«вариации значения (сигнификата) имеют пределом омоним, термин»** [20, с. 15].

Если семантика слова развивается за счёт смены денотатов через метафоры и постоянного расширения содержания сигнификата (понятия), то, соответственно **причина десемантизации**, полной или частичной редукции смысла — «сокращение и утрата исходного опорного слова, изменения в звуковой оболочке опорного слова, резкая стилистическая или экспрессивная дифференциация слов, связанных по словопроизводству» [22, с. 134–135].

Полное опустошение сигнификативного ядра превращает слово в пустой звукоряд, который может иметь широкий диапазон употребления в качестве коммуникативных средств для поддержания разговора *(да, нет, ладно, хорошо)*, этикетных формул *(привет, салют, до свидания)*, дискурсивных слов для поддержания речи *(значит, так сказать, то есть; ну вот, знаете; это самое)* и т. д.

Частое употребление в повседневной жизни ряда слов приводит к редукции их значений и звуковой оболочки: исторические *(молвил — мол, спаси Бог — спасибо, государь — сударь — (извольте)-сь, видишь — вишь — ишь, чути — чу!)*, современные *(кажется — кажись, сейчас — щас, щас прям, говорит — гыт, вообще — воще, жизнь — жысь)* и т. д.

Служебные слова, модальные слова и наречия почти полностью состоят из семантически опустошённых лексем: предлоги *(ради, навстречу, благодаря, вследствие, несмотря на, спустя, напротив, в продолжение, в течение)*, частицы *(ведь, подлинно, именно, точь-в-точь, почти, приблизительно, ровно)*, союзы *(в силу того что, покамест, несмотря на то что, пускай, даром что, чуть)*, модальные слова *(должно быть, авось, точно, знать, может быть, неужели)*, наречия *(слишком, стрелой, дома, накануне, на ходу, в придачу, навынос, на ощупь, вполоборота, воистину воскресе)* и т. д.

Нужно признать, что полная утрата семантики слова наблюдается не столь часто. Слова, выходя из одного словообразовательного гнезда, становятся членами другого гнезда, из производных слов становятся непроизводными.

Вернемся к десемантизированным знаменательным словам. Переход в другое денотативное или сигнификативное поле обычно в лексикологии рассматривают как семантизацию слова, а не как утрату его прежнего референта или сигнификата. Например, о резкой, почти диаметрально противоположной дифференциации слов В. В. Виноградов пишет так: «Имена прилагательные с отрицанием, т. е. отрицательного значения, часто получают более яркий и острый экспрессивный смысл, чем соответствующие слова без отрицания. Поэтому они иногда по своему значению отрываются и отдаляются от тех слов, от которых были произведены. Например, *небывалый* (сравните *бывалый*) *неважный* (в значении плохой: *неважное здоровье*), *недалекий* (сравните *недалекий человек*), *недурной, неистовый* <…> и т. п.» [5, с. 186]. *Небывалый*. Помимо приобретения экспрессивной коннотации слово с префиксом отрицания выходит из синонимического ряда с денотатом *опытный (бывалый, искушённый, матёрый, тёртый, многоопытный)* и переходит в ряд беспримерный (невиданный, неслыханный, *беспрецедентный, фантастический* — небывалый).

Рассмотрим изменения лексического значения слова, имеющие отношение к десемантизации.

Сужение значения слова. Оно происходит во многих общеупотребительных словах. *Кормить* «давать *корм* животным и человеку», но производное корм сузило свое значение: это «еда для животных и птиц», а еда для человека называется *пища*» [4, с. 72]. *Орудие* сейчас обозначает «артиллерийское орудие», раньше «любое техническое приспособление, крупный инструмент»; *струна* раньше обозначало и струну, и волос, *наказание* раньше обозначало ещё «наставление, поучение». *Платье* — любая одежда поверх белья (гражданское, военное платье), сейчас «женская одежда».

Писать — этимологи связывают лексему с глагольным корнем *пестрить* «мазать, красить», в слове *писать* уже сузилось значение. Если взять профессиональное употребление, происходит дальнейшее сужение значения слова, **специализация**: *писать, писатель* «сочинять, творить; «умеющий создавать, творить», а умеющий просто писать — *писец, писарь, писака*. *Голос* — общеупотребительное слово и *голос* в музыке (романс для двух голосов), *голос* — право на своё мнение (голоса избирателей). *Пиво* «любая жидкость для питья», *квас* «кислый напиток» приобрели в современном русском языке специализированное значение

То, что значение русского слова сузилось, подчас можно обнаружить по старославянскому языку и южнославянским аналогам: *хоронить — хранить, порох — прах* пыль», *смородина — смрад, солод — сладкий, горожанин — гражданин.*

Когда ослабевает или полностью утрачивается связь с этимоном, можно говорить о деэтимологизации, как составной части **десемантизации** слова:

– *цепенеть* — не осознается связь с цепом, орудием молотьбы (ср.: *камень – каменеть);*

– *горький* — от *гореть;*

– *присяга* — утрачивается середина словообразовательной цепочки: *сяг* «касаться предмета в знак клятвы».

Прагматический компонент. И денотат, и сигнификат, хотя и по-разному, отражают в составе лексического слова именуемый данным словом объект реального и воображаемого мира. И в этом плане они противостоят прагматическому слою значения слова, который содержит информацию об отношении человека, использующего данное слово, к обозначаемому словом объекту или к адресату сообщения, а также специфическую для данной лексемы информацию о тех речевых действиях, которые можно осуществить с её помощью (в ее прагматических функциях) [10, с. 91]. Прагматика слова очень ярко иллюстрирует десемантизацию его значения особенно в диахроническом плане.

Спасибо (<спаси Бог) — слово, можно сказать, полностью утратило свое значение, превратившись в этикетную формулу, но прагматика слова от этого только ярче расцвела.

Merci — французский аналог, употребляющийся во многих языках, значил «продал», ср.: лат. *mercere* «продавать, платить», *mercator* «торговец», фр. *commerce* «торговля». Объясняется это тем, что покупатель и продавец после согласования сделки пожимали друг другу руки, и продавец говорил *merci* «я продал», а покупатель — «я оплатил», чем и заканчивался коммерческий акт. Слово ушло из торговли, но распространилось в быту [1, с. 226].

Водимая, невѣста. Монах-христианин Нестор в начальной части «Повести временных лет» осуждая языческие нравы своих предков, пишет: «А деревляни живяху звѣрьскымъ образомъ, живуще скотьскы: и убиваху другъ друга, ядуще все нечисто, и браченья в нихъ не быша, но умыкаху у воды дѣвица» [16]. Кого приводили, она и становилась *водимой*. Слово *жена* «родоначальница» в значении «супруга» к X в. еще не вытеснило языческое слово *водимая*. «Бѣ же Володимиръ побѣженъ похотью женьскою. Быша ему водимыя: Рогънѣдь, юже посади на Лыбеди» [16]. Корень слова *водимая* сохраняется в слове *въдова*.

Приводили незнакомую — *не вѣсть кого* «невесту».

В тюркских языках *kelin* «пришедшая > молодая, невеста», казах. *kelinşek* — «пришлая», семантически противопоставляется родной дочери. Типологически модель полностью совпадает с русской.

Невеста, жена в итальянском языке sposa *(< лат. sponsa)* «обещанная» и французском *épouse* возникли от лат. *spondeo* «обещаю», «обещаю повиноваться мужу» — из клятвы супругов при заключении брака в средневековье.

Данные примеры показывают, что сакральные слова, ритуальная терминология и термины родства, восходя к словарному ядру языка, испытали сильнейшую десемантизацию при явном сужении своего лексического значения.

«Ещё один важный тип лексической информации, который относится к прагматике слова — это **коннотации**, иногда называемые также **(семантическими) ассоциациями»** [10, с. 95]. Это несущественные, но устойчивые ассоциации слова, связанные с национально-культурными традициями, содержательные элементы, которые складываются в **стереотип**: в русской ментальности — *заяц трусливый, слон неуклюжий, немец аккуратный, еврей меркантильный* и т. д. Созначения (коннотации) являются факультативной составляющей значения слова, они связаны с социальной жизнью языка, культурными традициями народа, например, тот же заяц у китайцев олицетворение добра и нежности, в санскрите слон — символ легкости и грациозности, немец у французов boche «бош» упрямый, глуповатый.

Выводы

Проведённое исследование позволяет сделать вывод, что десемантизация является неотъемлемой частью жизни слова и она связана не только с трансформацией и утратой в традиционном понимании какой-либо семы в сигнификативном компоненте слова, но и с вариациями фонетического слова и денотата, каждый из которых способствует путём метафоризации референта, расширения синонимических рядов и омонимических гнёзд зарождению новых слов и значений.

Десемантизация в качестве гиперонимического понятия включает в себя и демотивацию, когда ослабевает когнитивная связь с внутренней формой слова, и деэтимологизацию, которая наступает в результате утраты связи с этимоном.

Новые лексемы и значения слов, зародившиеся в результате десемантизации, являются яркими показателями долговременной социоактивной жизни слова, поэтому как ни одно другое слово демонстрируют отношение говорящего к объекту или адресату сообщения и в результате обрастают мощной прагматической компонентой и социокультурными ассоциациями. Семантические ассоциации, коннотации слова, хотя и относятся к прагматике, но являются факультативной субъективной характеристикой, внешней оболочкой лексического значения слова и выходят далеко за пределы нашей темы.

Итак, на наш взгляд, десемантизация лексического содержания слова — истоки, причины и конечные его результаты — требуют более детального изучения.

Список источников

1. Агаян Э. Б. Введение в языкознание. Ереван : Изд-во Ереванского университета, 1960. 616 с.
2. Азнабаев А. М., Псянчин В. Ш. Историческая морфология башкирского языка. Опыт сравнительно-исторического исследования. Уфа : Башк. кн. изд-во, 1976. 175 с. (на баш. яз.).
3. Блинова О. И. Мотивология как наука : краткий очерк // Мотивология. Библиографический указатель / Сост. О. И Блинова, А. С. Савенко, А. В. Шевчик. Томск : Изд-во Томского университета, 2002. С. 5–19.
4. Булаховский Л. А. Введение в языкознание. Ч. II. 2-е изд., испр. М. : Учпедгиз, 1954. 174 с.
5. Виноградов В. В. Русский язык. Грамматическое учение о слове. 2-е изд. М. : Высш. школа, 1972. 614 с.
6. Воронин С. В. Звукоподражательная теория // Лингвистический энциклопедический словарь. М. : Сов. энциклопедия, 1990. С. 165–166.
7. Горшкова, К. В., Хабургаев Г. А. Историческая грамматика русского языка : уч. пособие. М. : Высш. школа, 1981. 359 с.
8. Историко-этимологический словарь башкирского языка. Вып. 1 : Корнеслова с гласными инициалями / Авт.-сост. Т. М. Гарипов. Уфа : Изд-во БГПУ, 2007. 140 с.
9. Карцевский С. О. Об асимметрическом дуализме лингвистического знака // В. А. Звегинцев. История языкознания XIX–XX веков в очерках и извлечениях. Ч.2. М. : Просвещение, 1965. С. 75–93.
10. Кобозева И. М. Лингвистическая семантика : учебник. 6-е изд. М.: ЛЕНАНД, 2015. 352 с.
11. Корнилов Г. Е. Имитативы в чувашском языке. Чебоксары: Чуваш. кн. изд-во, 1984. 184 с.
12. Кунгушева И.А. Явление демотивации слов в русском языке : дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2003. 284 с. URL : http://www.dslib.net/russkij-jazyk/javlenie-demotivacii-slov-v-russkom-jazyke.html (дата обращения 01.08.2024).
13. Маковский М. М. Сравнительный словарь мифологической символики в индоевропейских языках. Образы мира и миры образов. М. : Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1996. 416 с.
14. Маковский М. М. Большой этимологический словарь современного английского языка. М. : URSS, 2023. 528 с.; Маковский М. М. Этимологический словарь современного немецкого языка. М. : Азбуковник, 2004. 632 с.
15. Материалы к идеографическому словарю диалектов татарского языка / Авт.-сост. А. Г. Шайхулов, Л. У Бикмаева, З. Р. Садыкова. Т. 1, Ч. 1. Уфа : РИО БашГУ, 2005. XXI, 512 с. ; Т.1, Ч. 2. IX, 506 с.
16. Повесть временных лет. URL : https: // ru.wikisource.org/wiki (дата обращения 01.08.2024).
17. Потебня А. А. Из записок по русской грамматике : [в 4-х т]. Т. I- II. М.: Учпедгиз, 1958. 536 с.
18. Серебренников Б. А, Гаджиева Н. З. Сравнительно-историческая грамматика тюркских языков. 2-е изд., испр. и доп. М. : Наука, 1986. 302 с.

19. Сравнительно-историческая грамматика тюркских языков. Морфология / Отв. ред. чл.-корр. АН СССР Э. Р. Тенишев. М. : Наука, 1988. 560 с.

20. Степанов Ю. С. Основы общего языкознания : учебное пособие для студентов филолог. специальностей пед. ин-тов. 2-е изд., перераб. М. : Просвещение, 1975. 271 с.

21. Тайлор Э. Б. Первобытная культура / Пер. с англ. М. : Политиздат, 1989. 573 с.

22. Торопцев И. С. Лексическая мотивированность // Ученые записки Орловского педагогического института : историко-филологический факультет. Т. XXII. Орел : [Б. и.], 1964. С. 3–178.

23. Шанский Н. М., Боброва Т. А. Этимологический словарь русского языка. М. : Прозерпина, 1994. 400 с.

24. Щербак А. М. Очерки сравнительной грамматики тюркских языков. Имя. Л. : Наука, 1977. 191 с.

25. Этимологический словарь славянских языков. Праславянский лексический фонд. Вып. 26. М. : Наука, 1999. 237 с.

References

1. Agayan EB. Vvedenie v yazykoznanie = Introduction to linguistics. Erevan : Publishing house of Erevan University, 1960. 616 p. (In Russ).

2. Aznabayev AM, Psyanchin VSh. Istoricheskaya morfologiya bashkirskogo yazyka : opyt sravnitel'no-istoricheskogo issledovaniya = Historical morphology of the Bashkir language: experience of comparative historical research. Ufa : the Bashk. Publ. House, 1976. 175 p. (In Bashk.).

3. Blinova OI. Motivologiya kak nauka = Motivology as a science : a brief essay In: Motivology. Bibliographic index. Tomsk: Tomsk University Publishing House, 2002. Pp. 5–19. (In Russ).

4. Bulakhovsky LA. Vvedenie v yazykoznanie = Introduction to linguistics. Ch. II. 2nd ed., ispr. Moscow : Uchpedgiz, 1954. 174 p. (In Russ).

5. Vinogradov VV. Russkij yazyk. Grammaticheskoe uchenie o slove = Russian language. Grammatical teaching about the word. 2nd ed. Moscow : Vyssh. shkola, 1972. 614 p. (In Russ).

6. Voronin SV. Sound imitation theory In: Lingvisticheskij enciklopedicheskij slovar' = Linguistic Encyclopedic Dictionary. Moscow : Sov. encyclopedia, 1990. Pp. 165–166. (In Russ).

7. Gorshkova, KV, Khaburgaev GA. Istoricheskaya grammatika russkogo yazyka = Historical grammar of the Russian language. Moscow : Vyssh. shkola, 1981. 359 p. (In Russ).

8. Istoriko-etimologicheskij slovar' bashkirskogo yazyka = Historical and etymological dictionary of the Bashkir language. Iss. 1: Korneslov with vowel initials. Ufa : BSPU, 2007. 140 p. (In Russ).

9. Kartsevsky S. Ob asimmetricheskom dualizme lingvisticheskogo znaka = On the asymmetric dualism of the linguistic sign. In: VA Zvegintsev. Istoriya yazykoznaniya XIX-XX vekov v ocherkah i izvlecheniyah = History of linguistics of the 19-20th cc. in essays and extracts. Ch. 2. Moscow : Prosveshchenie, 1965. Pp. 75–93. (In Russ).

10. Kobozeva IM. Lingvisticheskaya semantika : uchebnik = Linguistic semantics : textbook. 6th ed. Moscow : LENAND, 2015. 352 p. (In Russ).

11. Kornilov GE. Imitativy v chuvashskom yazyke = Imitatives in the Chuvash language] – Cheboksary : Chuvash Publ. House, 1984. 184 p. (In Russ).

12. Kungusheva IA. Yavlenie demotivacii slov v russkom yazyke = The phenomenon of demotivation of words in the Russian language. Thesis. Tomsk, 2003. 284 p. Available from: http://www.dslib.net/russkij-jazyk/javlenie-demotivacii-slov-v-russkom-jazyke.html (accessed 01.08.2024). (In Russ).

13. Makovsky MM. Sravnitel'nyj slovar' mifologicheskoj simvoliki v indoevropejskih yazykah. Obrazy mira i miry obrazov = Comparative dictionary of mythological symbolism in Indo-European languages. Images of the world and the world of images. Moscow : Humanit. ed. center VLADOS, 1996. 416 p. (In Russ).

14. Makovsky MM. Bol'shoj etimologicheskij slovar' sovremennogo anglijskogo yazyka = The Large Etymological Dictionary of Modern English. Moscow : URSS, 2023. 528 p.; Makovsky MM. Etimologicheskij slovar' sovremennogo nemeckogo yazyka = Etymological Dictionary of Modern German. Moscow : Azbukovnik, 2004. 632 p. (In Russ).

15. Materialy k ideograficheskomu slovaryu dialektov tatarskogo yazyka = Materials to the ideographic dictionary of dialects of the Tatar language. Vol. 1, Ch. 1. Ufa : BashSU, 2005. XXI, 512 p. ; Vol.1 , P. 2. IX. 506 p. (In Russ).

16. Povest' vremennyh let = The story of temporary years. Available from: https://en.wikisource.org/wiki (accessed 01.08.2024).

17. Potebnya AA. Iz zapisok po russkoj grammatike = From notes on Russian grammar : [In 4 volumes] T. I–II. Moscow : Uchpedgiz, 1958. 536 p. (In Russ).

18. Serebrennikov BA, Gadzhieva NZ. Sravnitel'no-istoricheskaya grammatika tyurkskih yazykov = Comparative-historical grammar of Turkic languages. 2nd ed., ispr. and add. Moscow : Nauka, 1986. 302 p. (In Russ).

19. Sravnitel'no-istoricheskaya grammatika tyurkskih yazykov. Morfologiya = Comparative-historical grammar of Turkic languages. Morphology. Ans. ed. Corresponding Member. Academy of Sciences of the USSR ER Tenishev. Moscow : Nauka, 1988. 560 p. (In Russ).

20. Stepanov YuS. Osnovy obshchego yazykoznaniya: uchebnoe posobie dlya studentov filolog. special'nostej = Fundamentals of general linguistics: a textbook for students of philology. specialties ped. in-tov. 2nd ed., rev. Moscow : Prosveshchenie, 1975. 271 p. (In Russ).

21. Tylor EB. Pervobytnaya kul'tura = Primitive culture. Per. with English. Moscow : Politizdat, 1989. 573 p. (In Russ).

22. Toroptsev IS. Leksicheskaya motivirovannost' = Lexical motivation In: Proceedings of Oryol Pedagogical Institute : Faculty of History and Philology. Vol. XXII. Orel, 1964. pp. 3–178. (In Russ).

23. Shansky NM, Bobrova TA. Etimologicheskij slovar' russkogo yazyka = Etymological dictionary of the Russian language. Moscow : Proserpina, 1994. 400 p. (In Russ).

24. Shcherbak AM. Ocherki sravnitel'noj grammatiki tyurkskih yazykov. Imya. = Essays on comparative grammar of the Turkic languages. Name. Leningrad : Nauka, 1977. 191 p. (In Russ).

25. Etimologicheskij slovar' slavyanskih yazykov. Praslavyanskij leksicheskij fond. = Etymological dictionary of Slavic languages. Proto-Slavic lexical fund. Iss. 26. Moscow : Nauka, 1999. 237 p. (In Russ).

Информация об авторе

Г. К. Валеев — кандидат филологических наук, профессор кафедры филологии Костанайского филиала Челябинского государственного университета.

Information about the autor

Gadel K. Valeev — Candidate of Philological Sciences, Professor at the Department of Philology of the Kostanay Branch of Chelyabinsk State University.

Статья поступила в редакцию 11.09.2023; одобрена после рецензирования 20.09.2024; принята к публикации 24.09.2024.

The article was submitted 11.09.2023; approved after reviewing 20.09.2024; accepted for publication 24.09.2024.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 16–24.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):16-24.

Научная статья

УДК 81’27

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-16-24

СУФФИКСАЛЬНЫЕ УНИВЕРБЫ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Елена Иосифовна Голованова

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

Аннотация. Статья посвящена анализу суффиксальных универбов, представляющих собой однословные наименования, возникшие на основе одного из компонентов словосочетания при помощи суффиксации. В центре внимания автора семантика данных единиц и особенности функционирования в языках профессиональной коммуникации. Утверждается, что в профессиональном общении суффиксальные универбы выступают кратким и ёмким средством для выражения специальной информации, при этом им присуща стилистическая сниженность (что связано с употреблением их в неформальных ситуациях повседневной коммуникации профессионалов). Автором показаны примеры суффиксальных универбов, используемых в разных профессиональных дискурсах: в бухгалтерском, медицинском, авиационном, педагогическом, спортивном, военном и др. На основе проведённого анализа выявлены основные тематические группы универбов в сфере профессиональной коммуникации и кратко охарактеризован их состав. Делается вывод о том, что содержательная наполненность тематических групп демонстрирует антропоцентрический принцип языка: самой многочисленной по составу разновидностью слов-универбов явились названия лиц, прежде всего — наименования по роду деятельности, профессии и специальности. Значимыми в профессиональной среде являются универбы, выступающие наименованиями мест деятельности, обозначениями машин и механизмов, а также материалов, подвергающихся обработке. Наряду с этим выявлены тематические группы названий документов, одежды и обуви, а также наименований, объединённых связью с информацией, деньгами и эксплуатацией дорог.

Ключевые слова: профессиональная коммуникация, профессионализм, профессиональный коллоквиализм, суффиксальный универб, тематическая группа

Для цитирования: Голованова Е. И. Суффиксальные универбы в профессиональной коммуникации // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 16–24. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-16-24.

Original article

SUFFIX UNIVERSITIES IN PROFESSIONAL COMMUNICATION

Elena I. Golovanova

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

Abstract. The article is devoted to the analysis of suffix department stores, which are one-word names that arose on the basis of one of the components of the phrase using suffixation. The author focuses on the semantics of these units and the features of functioning in the languages of professional communication. It is argued that in professional communication, suffix department stores act as a brief and capacious means for expressing special information, while they are characterized by stylistic reduction (which is associated with their use in informal situations of everyday communication of professionals). The author shows examples of suffix department stores used in various professional discourses: accounting, medical, aviation, pedagogical, sports, military, etc. Based on the analysis, the main thematic groups of department stores in the field of professional communication were identified and their composition was briefly described. It is concluded that the content of thematic groups demonstrates the anthropocentric principle of the language: the most numerous variety of department words were the names of persons, primarily - names by occupation, profession and specialty. Significant in the professional environment are department stores, acting as names of places of activity, designations of machines and mechanisms, as well as materials undergoing processing. Along with this, thematic groups of names of documents, clothes and shoes, as well as names united by communication with information, money and road operation were identified.

© Голованова Е. И., 2024

Keywords: professional communication, professionalism, professional colloquialism, suffix department store, thematic group

For citation: Golovanova EI. Suffix universities in professional communication. *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;(8(490):16-24. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-16-24.

Введение

В современной профессиональной речи активно употребляются однословные наименования, возникшие как результат универбации, преобразования составных обозначений терминологического или нетерминологического характера с привлечением суффиксации. По своему статусу они преимущественно относятся к профессионализмам, или профессиональным коллоквиализмам [5; 6], и отвечают потребности в кратком и ёмком выражении значимой информации. Такие слова-универбы реализуют широко распространённый в русском языке способ словопроизводства, при котором на основе одного из компонентов словосочетания (как правило, прилагательного) при помощи суффиксов *-к(а), -ик, -щик* и др. создается синонимичное существительное.

Как отмечает Е. И. Голанова, суффиксальная универбация как словообразовательная модель проявила себя в русском литературном языке уже в XIX в. [2], а в XX в., особенно во второй его половине — на фоне усложняющегося мира — стала одной из самых продуктивных в разговорной речи (ср. *многоэтажка, маршрутка, кредитка, платёжка, мобильник, стиралка, посудомойка, визитка*). Некоторые из полученных подобным образом слов уже не воспринимаются как краткий вариант составного наименования, а выступают самостоятельным обозначением, например: *купальник* (купальный костюм), *открытка* (открытое письмо), *винтовка* (винтовое ружьё, т. е. ружьё с винтовыми нарезами на канале ствола), *путёвка* (путевой лист). Относительно последнего слова любопытное замечание сделал В. В. Виноградов [1, с. 994], сравнив его с устаревшим словом *подорожная* «открытый лист на получение почтовых лошадей» [7, с. 193].

Самым востребованным при образовании суффиксальных универбов является суффикс *-к-*, который придаёт вновь образованному слову не только краткость, но и стилистическую сниженность, фамильярность по сравнению с нейтральным или даже книжным характером исходного словосочетания, ср.: *высотка* (высотное здание); *встречка* (встречная полоса на автомобильной дороге), *марганцовка* (раствор марганцовокислого калия), *марлёвка* (марлевая ткань), *многоходовка* (многоходовая комбинация); *незавершёнка* (незавершенное строительство), *неотложка* (неотложная медицинская помощь). Приведённые примеры используются не только в профессиональной коммуникации, но и в повседневной речи неспециалистов.

Сферы профессиональной коммуникации, в которых используются суффиксальные универбы

В центре нашего внимания находятся суффиксальные универбы, созданные и активно функционирующие в устном профессиональном дискурсе, а именно в разговорной речи профессионалов (хотя отдельные из них в силу объективных причин могут быть известны людям, непосредственно не занятым в том или ином производстве). Единицы данного типа возможно обнаружить в самых разных сферах деятельности.

Значительное их количество зафиксировано в бухгалтерском дискурсе, например: *расходник* (расходный кассовый ордер), *приходник* (приходный кассовый ордер), *расчётка* (расчётный листок), *дебиторка* (дебиторская задолженность), *кредиторка* (кредиторская задолженность), *нулёвка* (декларация с нулевыми оборотами), *первичка* (первичный документ для бухгалтерской проводки, признания дохода или расхода в налоговом учёте).

В некоторых случаях суффиксация в таких номинациях сопровождается усечением производящей основы компонента словосочетания. Покажем это на конкретных примерах (с контекстами употребления):

• *допник* — дополнительное соглашение к договору. «Мы не можем изменить условия договора без допника»;

• финик — 1) работник финансового управления. «Надо финикам позвонить, узнать, когда можно занести им документы»; 2) финансовый директор. «Что тебе финик сказал?»;

• физик — физическое лицо. «Давай ты с юриками разберешься, а я с физиками»;

• юрик — юридическое лицо. «Счёт открыт юриком».

К каждому из приведённых наименований можно подобрать сложное слово с соответствующим вариантом сокращения в составе: **доп**соглашение, **фин**управление, **фин**директор, **физ**лицо,

юрлицо. По-видимому, именно этим объясняется звуковая форма универба.

Многочисленны примеры суффиксальных существительных, заменяющих словосочетания, в речи электриков. Здесь выделяются целые ряды однотипных обозначений:

вакуумник — вакуумный выключатель. «Вакуумник от козы сработал» (коза — короткое замыкание);

масляник — масляный выключатель. «На маслянике сработала МТЗ» (МТЗ — максимальная токовая защита);

концевик — концевой выключатель. «Сработал концевик подъёма крана»;

частотник — частотный преобразователь. «Частотник регулирует давление в системе»;

шинник — шинный разъединитель (между секциями шин подстанции). «На шиннике появилась корона» (корона — коронирующий разряд).

К приведённым выше примерам добавим следующие наименования, широко представленные в профессиональной среде электриков: *воздушка* — воздушный электрический кабель, *высоковольтка* — высоковольтная линия электропередачи, *высоковольтник* — специалист по высоковольтному оборудованию, *передвижка* — передвижная тяговая подстанция, *максималка* — максимальная токовая защита, *дистанционка* — дистанционная защита; *постоянник, синхронник, асинхронник* — виды электродвигателей; *клеммник* — клеммный соединитель, *трёхметровка, шестиметровка* — разновидности проводов по длине, *времянка* — временное приспособление (временная проводка, временные точки освещения, временные розетки, временный электрощит и т. п.).

Используются подобные единицы и в речи риэлторов, например: *первичка, вторичка* — обозначения первичного и вторичного жилья на рынке; *долёвка* — долевое строительство, а также договор о долевой собственности («Оформление долёвки прошло успешно»); *недвижка* — недвижимое имущество («На рынке недвижки много незаконных сделок»).

В строительстве: *нулёвка* — нулевой цикл строительства, *малярка* — малярные работы, *монтажка* — монтажные работы, *бытовка* — отдельно стоящее помещение для бытовых целей (для переодевания и отдыха рабочих).

Представим суффиксальные универбы с контекстами употребления в сфере авиации:

– *высотка* — здание высотного снаряжения, где хранятся защитные авиационные шлемы и другая экипировка. «Сходи на высотку, возьми ЗШ» (защитный шлем);

наколенник — наколенный планшет летчика (штурмана), предназначенный для решения навигационных задач. «Ты наколенник заполнил?»;

взлётка — взлетно-посадочная полоса. «Взлётка освободилась»;

предполётка — предполетная подготовка. «Пойдем на предполётку»;

служебка — служебная квартира. «У тебя на новом месте служебку выдают?».

Стремление к краткости и содержательной ёмкости наименований отмечено и в коммуникации сотрудников автосервиса. Здесь суффиксальные универбы представлены как названиями специалистов (см. [4]): *шиномонтажник* — работник шиномонтажной мастерской, *мелкосрочник* — специалист по мелкосрочному ремонту, *кузовщик* — специалист по кузовному ремонту; так и названиями конструктивных частей автомобиля: *ходовка* — ходовая часть автомобиля, *передок* — передний привод, *запаска* — запасное колесо, *лобовик* — лобовое стекло автомобиля; его значимых характеристик: *низкорамник* — низкорамный автомобиль (автомобиль, рама которого расположена ниже оси вращения колес), а также мест производства ремонта: *шиномонтажка* — шиномонтажная мастерская.

Немало наименований рассматриваемого типа используется в профессиональной коммуникации сотрудников образовательных учреждений. Например, в речи преподавателей вузов: *методичка* (методическое пособие), *зачётка* (зачётная книжка), *задолжник* (студент, имеющий задолженность по предмету), *раздатка* (раздаточные материалы), *почасовик* (преподаватель с почасовой оплатой), *пленарка* (пленарное заседание во время проведения научной конференции), *приёмка* (приёмная комиссия, а также работа в приемной комиссии, ср: «Ты в этом году на приёмке?»). Кроме названных универбов, следует упомянуть такие обозначения студентов разных форм обучения, как *вечерник, заочник, очник, дневник* (о студентах вечернего, заочного и дневного отделений вуза), а также *курсовик, дипломник* (о тех, кто пишет курсовые и дипломные (выпускные квалификационные) работы) и, наконец, *платник, договорник* — названия студентов, заключивших договор с вузом об обучении на платной основе; *целевик* — абитуриент с целевым назначением; аспирант, принятый в аспирантуру целевого назначения, по направлению вуза.

В речи школьных учителей: *нулёвка* — нулевой (подготовительный) класс; *началка* — начальная школа; *электронка* — электронный журнал-дневник, которым пользуются педагоги, а также родители и дети; *продлёнка* — группа продлённого дня; *внеурочка* — внеурочная деятельность школьников в соответствии с основной образовательной программой и т. п.

Общим для вузовских и школьных педагогов в последние годы стал профессионализм *дистанционка* — дистанционная форма обучения (получил распространение в связи с пандемией коронавируса).

В устной неформальной коммуникации медицинских работников отмечены следующие универбы: *кишечка* — острая кишечная инфекция; *инфекционка* — инфекционное отделение больницы; *эпидуралка* — эпидуральная анестезия; *вегетативка* — вегетативная нервная система; *крупозка* — крупозное воспаление легких; *гриппозник* — гриппозный больной, *инсультник* — инсультный больной; *ковидник* — ковидный госпиталь; *дорожка* — железнодорожная больница и др.

В среде сотрудников правоохранительных органов представлены наименования: *административка* — административное правонарушение (назначить административку); *уголовка* — уголовное правонарушение, уголовная ответственность; *бытовка* — правонарушение на бытовой почве; *выделёнка* — выделенная полоса для общественного транспорта («Получил штраф, потому что выделенку не заметил»); *обоюдка* — решение дорожно-транспортного происшествия с обоюдным согласием и др.

В коммуникации спортсменов также используется немало суффиксальных универбатов. Например, *запаска* (запасной парашют) у парапланеристов; *обманка* (обманное движение) в футболе и боксе; *абсолютка* (абсолютная (супертяжелая) весовая категория) в бодибилдинге; *групповик* (участник групповой велогонки), *многодневка* (многодневное соревнование), *разделка* (велогонка с раздельным стартом) в велоспорте; *зелёнка* (зелёная зона для восстановления перед высотным восхождением) у альпинистов; *коньковик* (спортсмен, владеющий коньковым ходом) в лыжном спорте; *темповик* (бегун, специализирующийся в темповом беге), *стокилометровка* (сверхмарафонская дистанция в 100 км) в лёгкой атлетике; *скоростник, спусковик* (спортсмен, занимающийся скоростным спуском) в горных лыжах, *двусторонка* (двусторонняя игра, тренировочная игра между игроками одной команды), *персоналка* (персональная опека, контроль игрока из команды противника) в игровых видах спорта. Общеупотребительными в спортивной среде являются обозначения *двухсотметровка* (дистанция 200 метров), *индивидуалка* (индивидуальное занятие тренера со спортсменом), *личка* (личный зачет в соревнованиях), *международник* (мастер спорта международного класса), *молодёжка* (молодёжная команда), *сборник* (член сборной команды) и др. [8].

Что касается общепрофессиональных наименований, то к ним можно отнести такие универбы, как *пятиминутка* — пятиминутное совещание; *оперативка* — оперативное совещание; *кадровик* — сотрудник отдела кадров; *распечатка* — распечатанный текст; *оборотка* — использованный лист бумаги, обратная сторона которого пригодна для черновиков; *локалка* — локальный сервер, локальная сеть (как результат тотальной цифровизации).

В условиях проводимой Россией специальной военной операции большой интерес представляют суффиксальные универбы в устной коммуникации военнослужащих, которые стали общеизвестными благодаря публикациям в новостных материалах, статьях и программах, посвящённых ходу боевых действий.

Мы обнаружили здесь большое количество разнообразных примеров: *беспилотник* — беспилотный летательный аппарат, *штурмовик* — боец штурмового подразделения, *ночник* — прибор ночного видения, *опорник* — опорный пункт, *населенник* — населенный пункт, *дронщик* — оператор дрона, *птурщик* — стрелок-оператор противотанкового управляемого ракетного комплекса, *оргштатка* — оргштатная (организационно-штатная) структура, *восьмидесятка* — танк Т-80, *пятисотка* — авиабомба ФАБ-500, *ответка* — ответный артиллерийский удар, *самоходка* — самоходная артиллерийская установка, *высокоточка* — высокоточные средства поражения (высокоточный боеприпас, высокоточная артиллерия); *разгрузка* — разгрузочный жилет (для ношения оружия, магазинов к нему, гранат, фляги, медицинского пакета, аптечки и т. п.), *флиска* — армейская флисовая рубашка / куртка; *стволка* — ствольная артиллерия, *открытка* — открытая (простреливаемая) местность, *стрелковка* — стрелковое оружие, *кассетка* — кассетная бомба, *полька* — 60-миллиметровый миномет польского производства, *одноразки* — одноразовые БПЛА (дроны-камикадзе), *двухсотка* — двухсотая бригада (200-я отдельная гвардейская мотострелковая бригада ВС РФ),

крупняк — крупнокалиберные боеприпасы, *теплак* — тепловизионный прибор, *передок* — передняя линия боевого соприкосновения и др.

Возникает вопрос о тематическом распределении суффиксальных универбов в современном языке: для оформления каких наименований они наиболее востребованы, а в каких группах обозначений представлены единичными примерами.

Тематическая классификация суффиксальных универбов в сфере профессиональной коммуникации

На основе анализа фактического материала, собранного автором, а также представленного в различных словарях [11; 12; 13; 14; 15], нам удалось выделить девять основных тематических групп лексики, функционирующих в сфере профессиональной коммуникации.

Самую многочисленную группу составляют наименования лиц. Среди них наиболее широко и разнообразно представлены названия по роду деятельности, профессии, специальности [3]. Об универбации таких наименований писала Л. А. Шкатова, выделяя тенденцию создания обобщённых названий профессий типа пищевики, транспортники, газовики: «В качестве регулярного средства словообразования здесь выступает суффикс -ИК, присоединяющийся к основам прилагательных: **пищевики** — **пищев**(ая промышленность), **транспортники** — **транспорт**(ные работники) и т. п.» [16, с. 91]. Приведем примеры подобных обозначений из нашего материала: *нефтяник* (работник нефтяной промышленности), *бумажник* (работник бумажной промышленности), *газовик* (работник газовой промышленности), *лакокрасочник* (работник лакокрасочного производства), *шелковик* (работник шелкового производства), *буровик* (специалист по буровым работам), *прикладник* (специалист в области прикладного искусства), *подводник* (моряк подводного флота).

Наряду с обобщёнными (по отрасли труда) названиями в рассматриваемой группе представлены разнообразные обозначения профессионалов по месту деятельности: *гальваник* (работник гальванического цеха, участка), *таможенник* (таможенный инспектор), *верховик* (верховой рабочий — по нахождению на верхней площадке буровой вышки), *дальник* (лётчик дальней авиации), *высотник* (лётчик, специалист по высотным полётам), *катерник* (моряк катерного судна), *каботажник* (моряк на каботажном судне), *противолодочник* (моряк противолодочного корабля).

Встречаются названия лиц по орудию труда: *струнник* (музыкант, играющий на струнных инструментах), *клавишник* (музыкант, играющий на клавишных инструментах), по продукту труда: *пальтовик* (портной по пошиву пальто), *высотник* (строитель высотных сооружений), а также по объекту деятельности: *налоговик* (налоговый инспектор), *ландшафтник* (специалист по ландшафтному дизайну), *мозаичник* (специалист по мозаичным работам), *взрывник* (специалист по взрывным работам), *лазерник* (специалист в области лазерной техники), *карбидчик* (специалист по обслуживанию карбидных печей), *потолочник* (специалист по сварке потолочных швов).

Нерегулярный характер носят названия, указывающие на особый характер совершаемой деятельности: *оперативник* (оперативный работник, сотрудник правоохранительных органов, занимающийся оперативно-розыскной деятельностью), *контрактник* (военнослужащий на контрактной основе), *оптовик* (оптовый торговец), *локомотивщик* (член локомотивной бригады), *мануальщик* (мануальный терапевт), *системщик* (системный администратор), *разговорник* (артист разговорного жанра), *вредник* (работник на производстве с вредными условиями труда), *частник* (частный предприниматель, владелец автомобиля, занимающийся частным извозом).

Отдельную подгруппу образуют наименования спортсменов по виду спорта: *вольник* (вольная борьба), *саночник* (саночный спорт), *силовик* (силовые виды спорта), *стрелочник* (стрелковый спорт), *пулевик* (пулевая стрельба), *стоклеточник* (стоклеточные шашки) или другим характеристикам: *одиночник* (одиночное катание), *личник* (личное первенство) и т. д.

Интерес представляют неформальные названия лиц по узкой специализации в рамках той или иной сферы деятельности. Так, в среде языковедов выделяются *словарники*, которые занимаются теорией и практикой составления словарей; *современники*, специализирующиеся на изучении фактов современного языка (в отличие от историков языка); *восточники*, занимающиеся изучением восточных языков; *корпусники*, ведущие корпусные исследования; в среде литературоведов — *зарубежники* (специалисты по зарубежной литературе); в кругу экономистов — *западники*; в среде журналистов, политологов и юристов — *международники* и т. д.

Вторая группа суффиксальных универбов включает названия мест (помещений, зданий, территорий): *автозаправка* (автозаправочная

станция), *полярка* (полярная станция), *приёмка* (приёмный пункт, место на складе для приёма товаров), *гримёрка* (гримёрная комната), костюмерка (костюмерная комната), *малярка* (помещение для малярных работ), *оптовка* (оптовый склад, магазин), *гипсовка* (помещение для работы с гипсом), *анатомичка* (анатомический театр), *выгородка* (выгороженная часть съёмочной площадки), *дежурка* (дежурная комната), *вахтёрка* (вахтёрская комната), *летник* (летняя веранда в кафе), *подсобка* (подсобное помещение) и т. д.

К указанным обозначениям примыкают наименования отделов, цехов, служб: *аварийка* (аварийная служба), *пружинка* (пружинный цех), *термичка* (термический цех), *литейка* (литейный цех), *слесарка* (слесарный цех), *столярка* (столярный цех), *скобянка* (отдел скобяных изделий), *бройлерник* (помещение для выращивания бройлерных цыплят) и др.

Третью группу составили названия устройств, приборов, машин и механизмов: *блокировка* (блокировочное устройство), *прослушка* (прослушивающее устройство), *сушилка* (сушильный аппарат), *авторазгрузка* (авторазгрузочный механизм), *кормораздатка* (кормораздаточный механизм), сучкорезка (сучкорезная машина), *дробилка* (дробильная машина), *лущильник* (лущильная машина), *сортировка* (сортировальная машина), циркулярка (циркулярная пила), *материнка* (материнская плата), *двухванка* (двухванная плавильная печь).

К этой же группе относятся названия автомашин и другой техники: *авторазвозка* (авторазвозочная машина), *аварийка* (аварийная машина), дежурка (дежурная машина), *вахтовка* (вахтовая автомашина), *водовозка* (водовозная машина), *бортовик* (грузовая бортовая автомашина), *колёсник* (колесный трактор), *болотник* (болотный трактор).

Четвёртая группа состоит из наименований материалов: *вагонка* (вагонная доска), *отборник* (отборная доска), *витаминка* (витаминно-травяная мука), *минералка* (минеральные удобрения), *водоэмульсионка* (водоэмульсионная краска), *нержавейка* (нержавеющая сталь), *нетканка* (нетканые материалы), *бортовка* (бортовая ткань), *ворсовка* (ворсовая ткань), *джинсовка* (джинсовая ткань) и др.

Пятая группа представлена названиями документов: *штатка* (штатное расписание), *служебка* (служебная записка), *брачник* (брачный договор), *оборотка* (оборотно-сальдовая ведомость), *платёжка* (платежная ведомость, платёжное поручение), *контролька* (контрольная лента), *кассационка* (кассационная жалоба), *курсовка* (курсовая путевка; документ на право лечения и питания на курорте без проживания).

Шестая группа включает обозначения, связанные с информацией: *оперативка* (оперативная информация), *объективка* (объективные данные), *морзянка* (азбука Морзе), *неучтёнка* (неучтённый товар), *визитка* (визитная карточка), *исходник* (файл, содержащий исходный код приложения), *электронка* (электронная почта), *шахматка* (схема занятости аудиторного (гостиничного) фонда в виде клеток, расположенных в шахматном порядке).

Седьмая группа представлена наименованиями, объединёнными связью с деньгами, оплатой: *наличка* (наличный расчёт), *безналичка* (безналичный расчёт), *страховка* (страховая выплата), *кредитка* (кредитная карточка), *коммуналка* (плата за коммунальные услуги), *почасовка* (почасовая оплата), *автогражданка* (страхование автогражданской ответственности) и др.

Восьмую группу составили обозначения одежды и обуви: *резинка* (резиновый гидрокостюм), *облегчёнка* (облегчённый вариант полевой солдатской формы), *форменка* (форменная одежда матросов), *офиска* (офисная одежда), *сменка* (сменная обувь), *боксёрки* (боксерские ботинки), *борцовки* (борцовские ботинки), *шиповки* (шипованная спортивная обувь), *кирзовки* (кирзовые сапоги) и т. д.

Девятая группа образована наименованиями, связанными с эксплуатацией дорог: *гравийка* (дорога с гравийным покрытием), *грунтовка* (грунтовая дорога), *бетонка* (дорога с бетонным покрытием), *железка* (железная дорога), *лежнёвка* (лежневая дорога, железная дорога без насыпи, на бревнах, лежащих на земле) и др.

К числу единичных (внесистемных) обозначений можно отнести такие наименования, как *искусственник* — грудной ребенок на искусственном вскармливании, *первоокотка* — первоокотная овца, *мостовик* – зубной протез в виде моста, *берцовка* — берцовая кость, *радужка* — радужная оболочка глаза, *безнарядник* — работник на безнарядной основе (без получения наряда), *фигурка* — фигурное вождение автомобиля, *безотходка* — безотходная технология, *безотвалка* — безотвальный способ обработки почвы, *швейцарка* — швейцарская система проведения соревнований по шахматам, *испанка* — испанская партия (вариант шахматного дебюта).

Особенности семантики и функционирования суффиксальных универбов в профессиональной среде

Обращает на себя внимание то, что многие суффиксальные универбы в профессиональной коммуникации представляют собой собирательные наименования, например, приведённые выше *неучтёнка, незавершёнка, внеурочка, массовка,* а также *мелочёвка* (мелочёвый, мелкий товар), *неходовка* (неходовой товар), *молочка* (молочные продукты), *кондитерка* (кондитерские изделия), *нефтянка* (нефтяная отрасль в целом), *навеска* (навесные механизмы на сельскохозяйственные, дорожные и строительные машины). Подобные универбы, как правило, образованы от прилагательных с широким, обобщающим значением.

Исследуемый материал подтверждает вывод о высокой дублетности, характерной для профессионализмов в отличие от терминов [9, с. 33]. В частности, ряд суффиксальных универбов, проанализированных нами, имеет параллельные обозначения в виде субстантивированных прилагательных или однокоренных существительных: *гримёрка — гримёрная, костюмерка — костюмерная, встречка — встречная, почасовка — почасовая, кассетка — кассеты, безналичка — безнал* и т. д.

При этом выявлена и другая особенность: тождественные по формальной структуре слова-универбы могут обозначать весьма далекие по характеру объекты и явления в разных сферах профессиональной деятельности. Например, в военной сфере *опорник* — это опорный пункт, а в спортивной — опорный полузащитник; *военка* — форменная одежда в языке военных, военная кафедра — в общении студентов и выпускников вузов или служба в вооруженных силах (в противоположность гражданке) в речи отслуживших и отставников; *автономка* — автономное плавание в речи моряков и автономное питание в коммуникации электриков. Сравните также: нулёвка в строительстве и нулёвка в учительской среде, *контролька* — в речи электриков и контролька в коммуникации кассиров. Профессионализм *аварийка* в разных контекстах может обозначать аварийную машину, аварийную бригаду или аварийную сигнализацию; *дежурка* — это дежурная машина или дежурная комната (помещение для дежурных); *массовка* — массовая сцена в кинопроизводстве (а также задействованные в ней актеры), но в швейном производстве — это продукция массового пошива; *коммуналка* — сфера ЖКХ или плата за коммунальные услуги. Иными словами, семантика подобных наименований в большой степени зависит от ситуации, контекста употребления.

Заключение

Проведенный анализ суффиксальных универбов, функционирующих в устной профессиональной коммуникации, показал, что «изучение лексических ресурсов некодифицированных подсистем языка» [10, с. 28] является не только актуальным, но и весьма значимым для понимания соответствующих функциональных его разновидностей, в данном случае — языков профессиональной коммуникации. Нами обнаружено немало параллелей с разговорной речью общелитературного языка — по способам образования и тематическому распределению лексических единиц.

Тематическая классификация универбов продемонстрировала антропоцентрический характер исследуемой лексики, её тесную связь с человеком, его деятельностью. Самую многочисленную группу составили наименования лиц, а именно обозначения по роду деятельности, профессии, специальности. В состав основных тематических групп вошли названия мест, связанных с деятельностью человека (помещений и территорий, а также цехов, отделов, служб), названия различных машин и механизмов, помогающих ему в реализации целенаправленной деятельности, а также обозначения различных материалов, подвергаемых обработке. Значимыми оказались наименования документов, названия, связанные с информацией, деньгами и дорогами (без чего невозможно движение к цели), а также названия одежды и обуви, обеспечивающих комфортное повседневное существование профессионалов.

В целом, при относительной бедности суффиксальных средств (преимущественно используются два суффикса, *-к-, -ик*) впечатляет многообразие передаваемых универбами специальных знаний. Данные единицы представляют собой живой пласт языка, поскольку их состав постоянно пополняется, а поле функционирования расширяется.

Список источников

1. Виноградов В. В. История слов / отв. ред. Н. Ю. Шведова. М. : Ин-т рус. яз.; Азъ, 1999. 1138 с.

2. Голанова Е. И. Многозначность суффиксальных универбов и её отражение в ТСРР // Труды института русского языка им. В. В. Виноградова. 2019. № 20. С. 31–36.

3. Голованова Е. И. Категория профессионального деятеля: Формирование. Развитие. Статус в языке. Челябинск : Челяб. гос. ун-т, 2004. 330 с.

4. Голованова Е. И. Новые названия лиц по профессии и должности в русском языке // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. № 27 (382). С. 60–64.

5. Голованова Е. И. Профессионализм как языковая единица на перекрестке когниции и коммуникации // Когнитивные исследования языка. 2018. № 32. С. 602–610.

6. Голованова Е. И. Профессиональный коллоквиализм: между обыденным и специальным // Лингвистика и образование. 2021. Т. 1, № 1. С. 38–49.

7. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т. Т. 3. М. : Русский язык, 1990. 555 с.

8. Елистратов А. А. Толковый словарь русского спортивного жаргона. Челябинск : Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2011. 217 с.

9. Комарова З. И. Семантическая структура специального слова и ее лексикографическое описание. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Флинта, 2023. 336 с.

10. Крысин Л. П. О словарном представлении лексики некодифицированных систем языка // Известия РАН. Серия литературы и языка. 2010. Т. 69, № 1. С. 28–43.

11. Словарь современного русского города / под ред. Б. И. Осипова. М. : Русские словари; Астрель; АСТ, 2003. 565 с.

12. Толковый словарь русской разговорной речи. Вып. 2: К–О / отв. ред. Л. П. Крысин. 2-е изд. М. : Языки славянской культуры, 2017. 864 с.

13. Толковый словарь русской разговорной речи. Вып. 1: А–И / отв. ред. Л. П. Крысин. М. : Языки славянской культуры, 2014. 776 с.

14. Устименко И. А. Словарь семантических конденсатов русского языка: Лексико-словообразовательный. Воронеж ; Белгород, 2004. 271 с.

15. Химик В. В. Большой словарь русской разговорной экспрессивной речи. СПб. : Норинт, 2004. 768 с.

16. Шкатова Л. А. Развитие ономасиологических структур (на примере наименования лиц по профессии в русском языке). Иркутск : Изд-во Иркут. ун-та, 1984. 150 с.

References

1. Vinogradov VV. Istoriya slov = History of words. Moscow; 1999. 1138 p. (In Russ.).

2. Golanova EI. Mnogoznachnost’ suffiksal’nyh univerbov i ee otrazhenie v TSRR. *Trudy instituta russkogo jazyka imeni VV. Vinogradova*. 2019;(20):31-36. (In Russ.).

3. Golovanova EI. Kategoriya professional’nogo deyatelya: Formirovanie. Razvitie. Status v yazyke = Professional category: Formation. Development. Status in language. Chelyabinsk; 2004. 330 p. (In Russ.).

4. Golovanova EI. Novye nazvaniya lic po professii i dolzhnosti v russkom yazyke. *Vestnik Cheljabinskogo gosudarstvennogo universiteta.* 2015;(27(382):60-64. (In Russ.).

5. Golovanova EI. Professionalizm kak yazykovaya edinica na perekrestke kognicii i kommunikacii. *Kognitivnye issledovaniya yazyka.* 2018;(32):602-610. (In Russ.).

6. Golovanova EI. Professional’nyj kollokvializm: mezhdu obydennym i special’nym. *Lingvistika i obrazovanie.* 2021;1(1):38-49. (In Russ.).

7. Dal’ VI. Tolkovyj slovar’ zhivogo velikorusskogo yazyka = Explanatory Dictionary of the Living Great Russian Language. Vol. 3. Moscow; 1990. 555 p. (In Russ.).

8. Elistratov AA. Tolkovyj slovar’ russkogo sportivnogo zhargona = Figure Dictionary of Russian Sports Jargon. Chelyabinsk; 2011. 217 p. (In Russ.).

9. Komarova ZI. Semanticheskaya struktura special’nogo slova i ee leksikograficheskoe opisanie = Semantic structure of a special word and its lexicographic description. Moscow; 2023. 336 p. (In Russ.).

10. Krysin LP. O slovarnom predstavlenii leksiki nekodificirovannyh sistem jazyka. Izvestija RAN. Serija literatury i jazyka. 2010;69(1):28-43. (In Russ.).

11. Slovar’ sovremennogo russkogo goroda = Dictionary of the modern Russian city. Moscow; 2003. 565 p. (In Russ.).

12. Tolkovyj slovar' russkoj razgovornoj rechi rechi = Explanatory dictionary of Russian colloquial speech. Iss. 2. Moscow; 2017. 864 p. (In Russ.)

13. Tolkovyj slovar' russkoj razgovornoj rechi = Explanatory dictionary of Russian colloquial speech. Iss. 1. Moscow; 2014. 776 p. (In Russ.)

14. Ustimenko IA. Slovar' semanticheskih kondensatov russkogo yazyka: Leksiko-slovoobrazovatel'nyj = Dictionary of semantic condensates of the Russian language: Lexico-word-forming. Voronezh; Belgorod; 2004. 271 p. (In Russ.)

15. Himik VV. Bol'shoj slovar' russkoj razgovornoj ekspressivnoj rechi = Large dictionary of Russian colloquial expressive speech. St. Petersburg: Norint; 2004. 768 p. (In Russ.)

16. Shkatova LA. Razvitie onomasiologicheskih struktur (na primere naimenovaniya litc po professii v russkom yazyke) = Development of onomasiological structures (for example, the name of persons by profession in Russian). Irkutsk; 1984. 150 p. (In Russ.)

Информация об авторе

Е. И. Голованова — доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры теоретического и прикладного языкознания Челябинского государственного университета.

Information about the autor

E. I. Golovanova – Doctor of Philology Sciences, Professor, Professor at the Department of Theoretical and Applied Linguistics of Chelyabinsk State University.

Статья поступила в редакцию 08.06.2024; одобрена после рецензирования 21.08.2024; принята к публикации 24.09.2024.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The article was submitted 08.06.2024; approved after reviewing 21.08.2024; accepted for publication 24.09.2024.

The author declares no conflicts of interests.

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 25–32.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):25-32.

Научная статья

УДК 80

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-25-32

ОБРАЗНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ АНГЛИЙСКОГО НЕОЛОГИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Вероника Викторовна Катермина

Кубанский государственный университет, Краснодар, Россия, veronika.katermina@yandex.ru, 0000-0001-9141-9867

Аннотация. В данной статье рассматривается образная составляющая неологизмов англоязычного дискурса. Методом сплошной выборки из электронных неографических источников были извлечены сто пятьдесят неологических единиц с зооморфическим, соматическим, цветовым, отпредметным, демонологическим компонентами, а также с компонентом-именем собственным. В тексте статьи также приводятся примеры из массмедийных источников. Новые слова наиболее полно отображают адаптацию социума к изменению условий его существования, становясь средством творческого восприятия реальности. Неологизмы входят в категорию слов, обладающих наибольшей языковой активностью, отражённой в их экспрессивном характере и аксиологическом плане. Само создание новых слов является актом придания ценности отражаемым ими объектам, введением их в пространство социального значения. Важность метафоры в англоязычных неологизмах достигается большим количеством единиц, в состав которых входят более, чем два образа (в нашем материале зафиксировано восемь структур). Анализ материала также позволил выделить ряд неологических единиц, образованных при помощи аббревиации, которые произносятся как знаменательные слова языка и имеют свои значения. Принадлежность образных неологизмов к разным видам дискурса свидетельствует об их важности. Метафора служит одним из сильных средств такого воздействия и является не просто образным средством, а способом познания, структурирования и объяснения мира, имеющим значительный прагматический потенциал. Человек мыслит метафорами, создавая с их помощью мира, в котором живет. Эффект метафорического осмысления актуализирует соответствующую систему общепринятых ассоциаций в данной лингвокультуре. Образное переосмысление культурных доминант посредством анализа неологических единиц позволяет увидеть видение современным человеком окружающей его среды. Проведённый анализ позволил выявить влияние метафорических неологизмов на мировосприятие англоязычного общества посредством экспликации определённых заданных ценностей в дискурсе, обслуживающем данный институт, а также увидеть способы включения тех или иных явлений в ценностное поле языка путём их номинации и категоризации.

Ключевые слова: образ, аксиология, английский язык, метафора, неологизм, дискурс

Для цитирования: Катермина В. В. Образный потенциал английского неологического дискурса // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 25–32. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-25-32.

Original article

FIGURATIVE POTENTIAL OF ENGLISH NEOLOGICAL DISCOURSE

Veronika V. Katermina

Kuban State University, Krasnodar, Russia, veronika.katermina@yandex.ru, 0000-0001-9141-9867

Abstract. This article examines the figurative component of neologisms in English discourse. Using the continuous sampling method 150 neological units were taken from electronic neographic sources. These neologisms included zoo, soma, color, object, demonology components, as well as a proper name component. The text of the article also provides examples from mass media sources. New words most fully reflect the adaptation of society to changes in the conditions of its existence becoming a means of creative perception of reality. Neologisms are included in the category of words that have the greatest linguistic activity reflected in their expressive nature and axiological plan. The very creation of new words is an act of giving value to the objects they reflect introducing them into the space of social significance. The importance of metaphor in English neologisms is achieved by many units that include

© Катермина В. В., 2024

more than two images (our material is presented by eight structures). The analysis of the material also allowed us to identify several neological units formed with the help of abbreviations which are pronounced as significant words of the language and have their own meanings. The fact that figurative English neological units belong to different types of discourse indicates their importance. Metaphor is one of the powerful means of such influence and is not just a figurative means but a way of knowing, structuring and explaining the world which has significant pragmatic potential. A person thinks in metaphors creating with their help the world in which he lives. The effect of metaphorical comprehension actualizes the corresponding system of generally accepted associations in each linguoculture. A figurative rethinking of cultural dominants through the analysis of neological units allows us to see the vision of the environment by a modern person. The conducted analysis of data from electronic dictionaries allowed us to identify the influence of metaphorical neologisms on the worldview of English-speaking society through the explication of certain given values in the discourse serving this institution as well as to see the ways of including certain phenomena in the axiological field of language through their nomination and categorization.

Keywords: image, axiology, the English language, metaphor, neologism, discourse

For citation: Katermina VV. Figurative potential of English neological discourse. *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;(8(490):25-32. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-25-32.

Введение

Язык, будучи «основной общественно значимой формой отражения окружающей человека действительности и самого человека, будучи социально обусловленным и многофункциональным, находится в постоянном движении и развитии, поэтому любые изменения в обществе находят своё отражение в языковой системе» [18, с. 3]. В наше время важную роль занимает интернет-коммуникация, благодаря которой появилось большое количество новых слов. Неологизмы, в том числе образные неологизмы, ярко и эмоционально указывают на ценностные предпочтения носителей той или иной лингвокультуры, отмечая наиболее первостепенные и первоочередные для участников коммуникации сферы общения. «Метафора пронизывает всю нашу жизнь и проявляется не только в языке, но и в мышлении и действии. Наша обыденная понятийная система, в рамках которой мы мыслим и действуем, метафорична по самой своей сути» [8, с. 387].

Теоретические основы исследования

Язык — «важный ресурс данных о человеческом мышлении, поскольку понятия, которые порождает язык, помогают упорядочить реальность, воспринимаемую человеком» [12, с. 19]. По словам исследователей, «эта понятийная система играет важную роль в определении поведения человека в мире, контактов с другими людьми. А поскольку понятийная система в значительной степени метафорична, повседневный опыт человека определяется при помощи метафоры» [13, с. 42].

Метафора — это «не просто средство украшения речи, это основная ментальная операция, способ познания и категоризации мира, способ мышления» [19, с. 53]. Метафора — «способ, обеспечивающий возможность появления нового знания за счёт переноса существующего знания из одной концептуальной области в другую» [11, с. 52]. Важность метафоры подчеркивается в работах следующих отечественных и зарубежных ученых: Н. Д. Арутюновой [2], Дж. Лакоффа, М. Джонсона [8], Ли Яна [9], П. Рикера [14], Г. Н. Скляревской [17], А. П. Чудинова [19], Е. А. Юриной [21], M. Black [22], R. Boyd [23] и др.

Неологизмы изучались такими исследователями, как С. И. Алаторцева [1], В. В. Катермина, С. Х. Липириди [4], И. С. Криворучко [7], Е. В. Розен [15], Е. В. Сенько [16] и др.

Неономинации «входят в категорию слов, обладающих наибольшей языковой активностью, отражённой в их экспрессивном характере и аксиологическом плане. Изучение ценностной специфики неологизмов позволяет увидеть способы включения тех или иных явлений в ценностное поле языка путём их номинации и категоризации» [4, с. 91].

Практический анализ исследования

Лексика развивается «по законам, общим для любой системы, и находится в состоянии постоянного развития, в конечном счёте определяемом жизнью её подсистем и их взаимодействием; изменения, происходящие в том или ином участке, его утраты и пополнения прямо или косвенно обязательно сказываются на всей организации и стимулируют происходящие в ней процессы» [18, с. 8–9]. Неологизм порождает «прагматическая номинативная потребность отобразить новое восприятие окружающей действительности и фиксировать в языке изменения картины мира на синхронном отрезке времени» [6, с. 20].

Материалом исследования послужили английские образные неологические единицы из электронных неографических источников в количестве 150 единиц.

Анализ материала позволил выделить наиболее частотные группы с зооморфизмами, соматизмами, колоративами, отпредметными наименованиями (рис. 1).

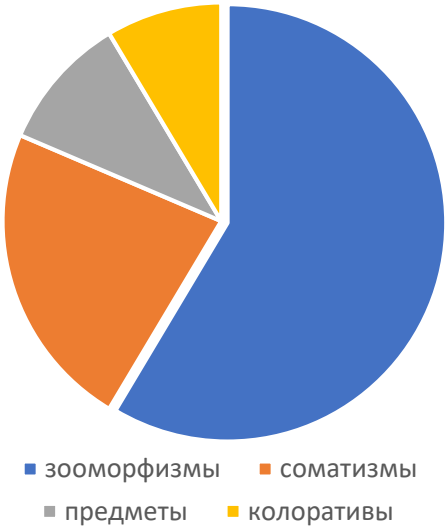


Рис. 1. Образные неологизмы
Fig. 1. Figurative neologisms

Отметим следующие модели неологизмов, в состав которых входят: цветовой компонент + отпредметный компонент (*grey belt — areas of land around a city or town that contain unused buildings, car parks etc. in order to build houses*); зооморфический компонент + цветовой компонент (*reindeer noir — crime stories and films set in Lapland*); отпредметный компонент + отпредметный компонент (*sock puppet — an online alias, often used when posting unpleasant comments; meat fruit — a meat dish that is constructed to resemble a piece of fruit; crossushi — a croissant with sushi inside it*); отпредметный компонент + соматический компонент (*bed-headed — dishevelled; with hair that looks as if you have just got out of bed; map-head — a person who is passionate about maps and cartography; lantern jaw – a long narrow jaw with a prominent chin*); зооморфический компонент + отпредметный компонент (*bee brick — a brick, similar in size and shape to a house brick, with holes in it to allow bees to nest)*; зооморфический компонент + соматический компонент / соматический компонент + зооморфический компонент (*whale tail — the Y-shaped waistband of a thong when it can be seen above the waistline of low-cut jeans, shorts, or skirt; rat tail — a type of hairstyle which has a long thin strip of hair growing down the back of the neck; mare's tails — the common name given to feathery, wispy, curled clouds that form at very high altitudes; noseworm — an odor that a person continues to smell even in the absence of the original odorant);* соматический компонент + соматический компонент (*jaw-jaw — talking, especially for a long time*).

Также в рамках анализируемого материала отметим несколько неологизмов-акронимов: *GOAT — abbreviation for Greatest Of All Trips: used to refer to or describe the best, most expensive, most adventurous etc. holiday that someone has ever taken; STEM — Science, Technology, Engineering and Mathematics; VEST — Versatile Extra Sensory Transducer.*

Подробно анализ образного потенциала неологизмов с зооморфическим, соматическим отпредметным и цветовым компонентами в англоязычном дискурсе был представлен в нашей работе [3]. В рамках данной статьи мы подробно остановимся на английских неологических единицах с демонологическим компонентом, а также с компонентом-именем собственным.

Как считает Д. К. Новикова, слова с демонологическим компонентом — это «номинации мифологических персонажей ассоциативно-семантического поля "нечистая сила" (или демонологемы), связанные с ними реалии, свойства и деяния, имеющие отношение к причинению вреда человеку, которые имеют негативную коннотацию и наделяются определёнными мифологическими функциями» [10, с. 203].

Образ «вампира» представлен в англоязычном неологическом дискурсе следующими лексемами: *vampire device — an appliance which continues to suck energy even it is turned off, because it enters a standby mode rather than fully powering down* (прибор, который продолжает потреблять электроэнергию даже в выключенном состоянии, поскольку он переходит в режим ожидания, а не полностью отключается); *vampire task — one of the routine but necessary administrative tasks that employees have to spend a lot of time doing rather than more important work* (одна из рутинных, но необходимых административных задач, на выполнение которой сотрудникам приходится тратить много времени вместо более важной работы).

Вампирские устройства — это электроника, которая продолжает потреблять энергию, когда находится в режиме ожидания, и при том, что средний годовой счет за электроэнергию в настоящее время составляет 474,44 фунта стерлингов, британцы могли бы экономить в среднем

75 фунтов стерлингов на домохозяйство в год... просто щёлкнув выключателем.

В примере из массмедиа автор статьи пытается оценить ущерб, который наносят офисным работникам подобные административные задачи-вампиры:

Constantly overwhelmed by your to-do list at work? It's time to stop "vampire tasks" from taking over your day. Between filing documents, clearing emails, scheduling meetings, chasing co-workers, managing your calendar and filling out expenses, how much of your working day is taken up by... doing your job? ... If your days feel long and stressful but you're not entirely convinced you've been productive by the time you clock off, you could be getting bogged down by these "vampire tasks" [www.stylist.co.uk, April 2024].

Первая ассоциация, возникающая у человека при образе вампира — это существо, ведущее ночной образ жизни и сосущее кровь у людей. В неологизме *vamping — the practice of staying up late at night to use electronic devices, such as texting, gaming, or watching videos* (привычка не спать до поздней ночи, чтобы пользоваться электронными устройствами, например, отправлять текстовые сообщения, играть в игры или смотреть видео) подобная ассоциация связана с семой *staying up late at night* — не спать до поздней ночи. Данная единица относится к дискурсу социальных сетей, так как подразумевает не просто ночное бодрствование, но и общение в социальных сетях — *texting, gaming.*

Вампир — человек-полумертвец, который сосет кровь у людей, что образно присутствует и в неологизме *vampire device — an appliance which continues to suck energy even it is turned off, because it enters a standby mode rather than fully powering down*, где достаточно образно можно представить «сосание крови» — продолжительное использование электричества (*continues to use electricity)* даже в том случае, когда прибор включен, но не используется.

Зомбированность, манипуляция действий кого-либо или чего-либо без ведома и согласия, контроль можно увидеть в неологизмах с компонентом *zombie*: *zombie lie — something that is patently untrue and keeps being unequivocally proved to be so and yet is still said* (что-то, что явно неверно и продолжает недвусмысленно доказывать, что это так, и тем не менее это всё ещё говорится)*; zombie car — a car that starts itself randomly; a car with a computer system under the control of a malicious hacker; an abandoned car* (автомобиль, который заводится сам по себе; автомобиль с компьютерной системой, находящейся под контролем злонамеренного хакера; брошенный автомобиль)*; zombie storm — a type of storm that dies out but then gathers more energy and returns* (тип шторма, который затухает, но затем набирает больше энергии и возвращается)*; zombie statistic — a false or misleading statistic that keeps getting repeated no matter how often it has been refuted* (ложная или вводящая в заблуждение статистика, которая продолжает повторяться независимо от того, как часто её опровергали).

Дефиниции данных неологических единиц подтверждают данное утверждение: *patently untrue and keeps being unequivocally proved to be so — явно не соответствует действительности и продолжает недвусмысленно доказывать, что это так; under the control of a malicious hacker — под контролем злонамеренного хакера.*

Одной из сем лексемы «зомби» является одержимость кого-либо или чего-либо, находящегося под влиянием убеждений, увлечений и т. д. С нашей точки зрения, данная сема присутствует в неологизме *zombie storm — a type of storm that dies out but then gathers more energy and returns.* Именно эффект постепенного затухания, а потом «разгорания» с большей силой может символизировать одержимость и кипучую энергию.

В нижеприведённом примере описывается подобный ураган по имени Paulette (отметим англоязычную традицию давать женские имена подобным природным явлениям). Автор указывает на новизну данного термина, говоря о том, что, хотя это явление уже было зафиксировано ранее, считается, что оно встречается редко (*though the phenomenon has been recorded before, it is thought to be rare):*

Paulette regained strength and became a tropical storm once more about 300 miles (480 kilometers) away from the Azores Islands on Monday (Sept. 21), according to CNN. The term "zombie storm" is new, and though the phenomenon has been recorded before, it is thought to be rare. [livescience.com, 25 September 2020]

Отметим принадлежность неологизмов с компонентом «зомби» к экономическому, бытовому, метеорологическому и юридическому типам дискурса.

Неологизмы с компонентом ghost (призрак, привидение) представлены в англоязычном дискурсе такими единицами, как *ghost bike — a bicycle that has been painted white and left as a memorial at the scene of a cyclist's death* (велосипед,

покрашенный в белый цвет и оставленный в качестве памятника на месте гибели велосипедиста)*; ghamping — camping in a place that is said to have ghosts* (кемпинг в месте, где, как говорят, обитают привидения)*; ghost gear — fishing equipment, such as nets and lines, that is abandoned in the ocean and takes several hundred years to decompose to harm the environment* (рыболовное снаряжение, такое как сети и лески, которое выбрасывается в океан и разлагается в течение нескольких сотен лет, нанося вред окружающей среде), *ghost flight — a commercial aeroplane that flies to its destination with very few or no passengers* (рейс-призрак — коммерческий самолет, который летит к месту назначения с очень небольшим количеством пассажиров или вообще без них).

Интересным, с нашей точки зрения, может служить образ призрака-велосипеда (ghost bike) — своеобразного мемориала, перекрашенного в белый цвет и оставленного на месте трагедии. Но, несмотря на наличие данного «напоминания», количество аварий не уменьшается, и данный «памятник» не служит предупреждением:

There is a ghost bike memorial at a junction close to where I live and which I pass most days on my bike. If alongside being a memorial the ghost bike also marks a place for cyclists to take extra care, I am not convinced that it works. [www.guardian. co. uk 21 Nov 2011].

Также стоит отметить и неолексему *ghamping,* образованную при помощи ghost + camping. В данном случае действует принцип аналогии (в английском неографическом дискурсе можно встретить наряду с изначальным словом camping неологизм glamping [glamourous + camping] — данная неономинация, обозначающая «роскошный кемпинг», появилась в языке в 2016 г.

The Rhode Island house that inspired the 2013 horror film The Conjuring is offering fans of the films and amateur paranormal investigators the chance to go "ghamping" — ghost camping — on the property. The Burrillville structure, dubbed The Conjuring House after gaining fame from the film, said eight camp sites have been set up on the property, each with a 3-4 person tent [upi.com, 24 May 2023] — подобная рекреационная активность получает всё большую популярность. *(Дом в Род-Айленде, вдохновивший на создание фильма ужасов 2013 г. «Заклятие», предлагает поклонникам фильмов и любителям паранормальных явлений возможность заняться «гампингом» — кемпингом с привидениями — на своей территории. По словам владельца строения в Берриллвилле, получившего известность благодаря фильму и получившего название «Заклятие», на территории было установлено восемь кемпингов, каждый из которых оснащен палаткой на 3–4 человека).*

Сема «призрачности, фантомности» выражена такими лексемами, как in secret — секретно; work alone — работать в одиночку; not in frequent contact — не в частом контакте; very few or no passengers — малое количество или отсутствие пассажиров (ghost flight*).*

Борцы за климат критикуют полеты-призраки с тех пор, как были введены правила выбора места посадки, но проблема вышла на поверхность, когда было обнаружено, что с начала пандемии COVID-19 в марте 2020 г. по сентябрь 2021 г. из Великобритании вылетело 15 000 рейсов-призраков.

Ghost flights have been criticized by climate campaigners since the landing spot rules were put in place, but the issue came to light when it was uncovered 15,000 ghost flights left the U.K. from the start of the COVID-19 pandemic in March 2020 to September 2021 [cbsnews.com, 17 April 2022].

Мы согласны с мнением И. В. Кириловой, которая считает, что демонологическая лексика — это «особая группа номинаций, являющаяся базовой для традиционной культуры. Но в отличие от других семантических общностей, где за номинацией стоит реальный предмет, демонология — это своего рода "виртуальная реальность", когда название существует, а реального объекта нет, поэтому анализировать данную семантическую группу можно, только апеллируя к языковому сознанию» [5, с. 110].

Переходя к анализу группы неологизмов с именем собственным (ИС) отметим важность антропонимов для понимания ценностей и антиценностей общества, проникновения в глубинные тайны сознания нации.

ИС — «неотъемлемая часть языковой картины мира, более того, оно прямо отражает исторический ход развития событий. В современной лингвистической литературе неоднократно отмечалось, что в семантике большинства антропонимов имеет место коннотативный культурный компонент, являющийся своего рода транслятором информации о культуре и истории того или иного народа» [20, с. 172].

Среди проанализированных английских неологизмов с компонентом-ИС отметим следующие неологизмы: *Timothy — a type of grass used as bedding for animals* (мужское имя Тимоти, обозначающее вид травы, используемый в качестве подстилки для животных); *Norman door — a door with*

a design that makes it difficult to determine the correct way to open the door (Дон Норман, автор книги «Дизайн повседневных вещей», открывший данное явление [дверь, конструкция которой затрудняет определение правильного способа её открытия]); *Jane-washing — invoking the ideas of urbanist Jane Jacobs while doing little or nothing to implement them* (женское имя Джейн, отсылающее нас к идеям урбаниста Джейн Джекобс, при этом не делая ничего или почти ничего для их реализации); *Franzenesque — in the manner or style of novelist Jonathan Franzen* (в манере или стиле романиста Джонатана Франзена — современного американского писателя).

В нашем материале можно выделить группу неологизмов, в состав которых входит имя политика. Так, например, достаточно много неологизмов образовано по модели *«имя политика + economics»* для обозначения комплекса мер, введённых тем или иным политическим деятелем для улучшения экономики страны: *Abenomics (Shinzo Abe + economics); Trumponomics (Trump + economics); Bidenomics (Biden + economics).*

Отметим неологизм *Swiftonomics — the impact on the economy of a city or country caused by the singer Taylor Swift and her popularity* — влияние на экономику города или страны, вызванное певицей Тейлор Свифт и её популярностью. В данной модели вместо имени политика присутствует имя знаменитой певицы, популярность которой оказала влияние на экономические процессы. Данное влияние связано с кассовым за всю историю туром, который собрал более 14 миллиарда долларов. Тур Eras Tour был признан стимулирующим фактором местной экономики по всей территории США, а также повлиял и на мировую экономику.

Роль политиков и видных деятелей прослеживается в следующем неологизме: *Snowden effect — the increased awareness of the extent and scope of illegal or excessive surveillance in the wake of Edward Snowden's revelations; the increased desire to be protected from such surveillance* (возросшее осознание масштабов и масштабов незаконного или чрезмерного наблюдения в связи с разоблачениями Эдварда Сноудена) [Эдвард Сноуден — бывший агент американских спецслужб].

Заключение

Изучение образных неологизмов с точки зрения «лингвокультурного и мировоззренческого аспектов позволяет представить словарный состав языка как определённую модель человеческого мира, в которой фиксируется целостная картина представлений о ценностном мире человека» [18, с. 9]. Образная составляющая англоязычных неологизмов даёт возможность раскрыть их аксиологический потенциал, выявив, таким образом, ценности и антиценности, присутствующие в разных видах дискурса (экономическом, политическом, деловом, бытовом, медицинском, дискурсе социальных сетей). Эффект метафорического осмысления актуализирует соответствующую систему общепринятых ассоциаций в данной лингвокультуре.

Образное переосмысление культурных доминант посредством анализа неологических единиц позволяет увидеть видение современным человеком окружающей его среды. Образы, являясь ингерентной частью любого общества, выражают эмоциональное отношение человека в целом. Они дают оценку на основании этических и эстетических норм, присущих данному языковому сообществу.

Список источников

1. Алаторцева С. И. Русская неология и неография (современное состояние и перспективы). СПб.: ЛГОУ, 1998. 217 с.

2. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс // Язык и мир человека. 2-е изд., испр. М.: Языки русской культуры, 1999. С. 370–385.

3. Катермина В. В. Метафора в английском неографическом дискурсе // Язык: жизнь смыслов vs смысл жизни. Москва: Инфра-М, 2023. С. 55–63.

4. Катермина В. В., Липириди С. Х. Прагматико-аксиологический потенциал сетевых английских неологизмов туристического дискурса: монография. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2021. 230 с.

5. Кирилова И. В. Особенности семантики демонологической лексики в русском языковом сознании // Лингвокультурология. 2015. № 9. С. 109–118.

6. Кирсанова М. М. Неологические сочетания и их интерпретация как прагматический источник обогащения словарного состава французского языка: дис. ... канд. филол. наук. Мытищи, 2022. 161 с.

7. Криворучко И. С. Неологическая метафора как изобразительное средство современной деловой коммуникации // Вестник Костромского государственного университета. 2022. Т. 28, № 2. С. 224–227.

8. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живём // Теория метафоры. М.: Прогресс, 1990. С. 387–415.

9. Ли Ян. Метафора в когнитивной лингвистике // Вестник Башкирского университета. 2017. Т. 22, № 2. С. 523–526.

10. Новикова Д. К. Функциональные и лингвокультурные особенности демонологической лексики в романе В. Орлова «Альтист Данилов» // Гуманитарные и юридические исследования. 2017. № (3). С. 202–208.

11. Пименова М. В. Концепт «Украина» (на материале российских СМИ) // Политическая лингвистика. 2007. № 2. С. 57–60.

12. Плотников И. В. Метафорические модели и их переводческие трансформации в художественном тексте: лингвокогнитивный аспект: дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2018. 277 с.

13. Прокопьева А. А. Сопоставительное исследование метафорических моделей в русскоязычных и англоязычных романах В. В. Набокова : дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2007. 260 с.

14. Рикёр П. Метафорический процесс как познание, воображение и ощущение // Теория метафоры. М.: Прогресс, 1990. С. 416–456.

15. Розен Е. В. На пороге XXI века: новые слова и словосочетания в немецком языке. М.: Менеджер, 2000. 189 с.

16. Сенько Е. В. Неологизация в современном русском языке: межуровневый аспект. СПб.: Наука, 2007. 354 с.

17. Скляревская Г. Н. Метафора в системе языка. СПб.: Филологический ф-т СПбГУ, 2004. 166 с.

18. Шмелькова В. В. Сущность процесса лексической деархаизации в современном русском литературном языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2010. 36 с.

19. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2003. 248 с.

20. Чыонг Тхи Суан Хыонг. Антропонимы как отражение взаимодействия языка и культурно-исторического контекста в жизни общества (на примере английских, вьетнамских, русских и казахских имен) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2017. № 9 (75): в 2-х ч. Ч. 2. С. 171–175.

21. Юрина Е. А. Образный строй языка. Томск: Изд-во Томского гос. ун-та, 2005. 156 с.

22. Black M. Models and metaphors: Studies in language and philosophy. New York: Cornell University Press, 1962. 278 p.

23. Boyd R. Metaphor and theory change: What is “metaphor” a metaphor for? // Metaphor and Thought. Cambridge: Cambridge University Press, 1993. P. 481–532.

References

1. Alatorceva SI. Russkaya neologiya i neografiya (sovremennoe sostoyanie i perspektivy) = Russian Neology and Neography (modern state and perspectives). Saint Petersburg, LGOU; 1998. 217 p. (In Russ.).

2. Arutyunova ND. Metaphor and discourse. *Yazyk i mir cheloveka = Language and the world of man*. Moscow: Yazyki russkoj kul’tury, 1999. P. 370–385. (In Russ.).

3. Katermina VV. Metaphor in English neographic discours. *Yazyk: zhizn’ smyslov vs smysl zhizni = Language: the life of meanings vs the meaning of life*. Mosow: Infra-M, 2023. P. 55–63. (In Russ.).

4. Katermina VV, Lipiridi SCh. Pragmatiko-aksiologicheskij potencial setevyh anglijskih neologizmov turisticheskogo diskursa: monografiya = Pragmatic and Axiological Potential of Network English Neologisms of Tourist Discourse: Monograph. Krasnodar: Kubanskij gos. un-t, 2021. 230 p. (In Russ.).

5. Kirilova IV. Features of the semantics of demonological vocabulary in the Russian linguistic consciousness. *Lingvokul’turologiya = Linguaculturology.* 2015;(9):109-118. (In Russ.).

6. Kirsanova MM. Neological combinations and their interpretation as a pragmatic source of enrichment of the vocabulary of the French language. Thesis. Mytishchi, 2022. 161 p. (In Russ.).

7. Krivoruchko IS. Neological metaphor as a pictorial means of modern business communication. *Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Kostroma State University.* 2022;(2):224-227. (In Russ.).

8. Lakoff Dzh, Dzhonson M. Metaphors We Live By. *Teoriya metafory = Theory of Metaphor.* Moscow: Progress, 1990. P. 387–415. (In Russ.).

9. Li Yan. Metaphor in cognitive linguistics. *Vestnik Bashkirskogo universiteta = Bulletin of the Bashkir University*. 2017;(2):523-526. (In Russ.).

10. Novikova DK. Functional and linguocultural features of demonological vocabulary in V. Orlov's novel "Violist Danilov". *Gumanitarnye i yuridicheskie issledovaniya = Humanitarian and legal studie*s. 2017;(3):202-208. (In Russ.).

11. Pimenova MV. The concept "Ukraine" (based on Russian media). Politicheskaya lingvistika = Political Linguistics. 2007;(2):57-60. (In Russ.).

12. Plotnikov IV. Metaphorical models and their translation transformations in fiction: linguocognitive aspect. Thesis. Ekaterinburg, 2018. 277 p. (In Russ.).

13. Prokop'eva AA. A Comparative Study of Metaphorical Models in Russian and English Novels by VV. Nabokov. Thesis. Ekaterinburg, 2007. 260 p. (In Russ.).

14. Rikyor P. Metaphorical process as cognition, imagination and sensation. *Teoriya metafory = Theory of Metaphor*. Moscow: Progress, 1990. P. 416–456. (In Russ.).

15. Rozen EV. Na poroge XXI veka: novye slova i slovosochetaniya v nemeckom yazyke = On the threshold of the XXI century: new words and phrases in the German language. Moscow, Menedzher, 2000; 189 p. (In Russ.).

16. Sen'ko EV. Neologizaciya v sovremennom russkom yazyke: mezhurovnevyj aspekt = Neologization in the modern Russian language: interlevel aspect. Saint Petersburg, Nauka, 2007; 354 p. (In Russ.).

17. Sklyarevskaya GN. Metafora v sisteme yazyka = Metaphor in the language system. Saint Petersburg, 2004. 166 p. (In Russ.).

18. Shmel'kova VV. The essence of the process of lexical dearchaization in the modern Russian literary language. Thesis abstract. Moscow, 2010. 36 p. (In Russ.).

19. Chudinov AP. Metaforicheskaya mozaika v sovremennoj politicheskoj kommunikacii = Metaphorical Mosaic in Modern Political Communication. Ekaterinburg, 2003; 248 p. (In Russ.).

20. Chyong Thi Suan Hyong. Anthroponyms as a reflection of the interaction of language and cultural-historical context in the life of society (on the example of English, Vietnamese, Russian and Kazakh names). *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki = Philological sciences. Theoretical and practical issues*. 2017; 9(75):171-175. (In Russ.).

21. Yurina EA. Obraznyj stroj yazyka = Figurative structure of language. Tomsk, 2005; 156 p. (In Russ.).

22. Black M. Models and metaphors: Studies in language and philosophy. New York: Cornell University Press, 1962. 278 p.

23. Boyd R. Metaphor and theory change: What is "metaphor" a metaphor for? // Metaphor and Thought. Cambridge: Cambridge University Press, 1993. P. 481–532.

Информация об авторе

В. В. Катермина — доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры английской филологии (Кубанский государственный университет)..

Information about the author

V. V. Katermina — Doctor of Philology Sciences, Professor, Professor at the Department of the English Philology (Kuban State University).

Статья поступила в редакцию 17.08.2024; одобрена после рецензирования 28.08.2024; принята к публикации 24.09.2024.

The article was submitted 17.08.2024; approved after reviewing 28.08.2024; accepted for publication 24.09.2024.

Автор заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The author declare no conflicts of interests.

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 33–38.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):33-38.

Научная статья
УДК 81
doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-33-38

РУССКИЕ И АНГЛИЙСКИЕ НАЗВАНИЯ ЯГОД

Светлана Анатольевна Питина

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, sap.pitina@rambler.ru

Аннотация. В работе предпринят комплексный сравнительный анализ названий ягод в русском и английском языках, которые представляют значимый пласт фитонимической лексики в обеих рассматриваемых лингвокультурах. Полагаем, что рассматриваемые лексико-тематические группы слов обладают как схожими, так и отличными способами номинации, основанными на словосложении и суффиксации, а также на метафорическом переносе значения. Материалом исследования послужили 200 названий ягод в двух сравниваемых языках, полученные при помощи приёма сплошной выборки из лексикографических источников, а также многочисленные народные названия, пословицы и поговорки с компонентом «ягода». Проанализирована этимология, синонимы, трансформация значений гиперонимов «ягода» и «berry». Как древнерусское существительное «ягода», так и общегерманское по происхождению существительное «berry» употреблялись первоначально для обозначения винной ягоды. Соответствия встречаются во всех славянских и во всех германских языках, что свидетельствует о древнем происхождении данных слов. Русский гипероним представлен целым рядом производных, в английском имеется лишь глагол-конверсив «to berry». Оба слова многозначны, при употреблении в сленгизмах являются омонимами. В результате анализа обнаружено частотное использование гиперонима «berry» в составе английских номинаций ягод в качестве суффиксоида, при помощи которого образуется сложное существительное, в то время как русские названия представлены в основном простыми гипонимами, а гипероним «ягода» употребляется в сленгизмах и паремиях. В русских и английских гипонимах прослеживаются мотивационные признаки «цвет», «зооним». Гипонимы с колоронимами в двух языках уточняют идентификацию ягод, гипонимы с зоонимами могут реализовывать мотивационный признак «враждебность» в русском языке в отличие от английских номинаций ягод. Синонимия характерна для русских и английских гипонимов. Суффиксация доминирует в русских названиях ягод, словосложение является частотным способом словообразования для английских номинаций, в то время как метафора представлена в обеих лексико-тематических группах.

Ключевые слова: гипероним, гипоним, метафора, аффиксация, словосложение, народные названия

Для цитирования: Питина С. А. Русские и английские названия ягод // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 33–38. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-33-38.

Original article

RUSSIAN AND ENGLISH BERRY NAMES

Svetlana A. Pitina

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, sap.pitina@rambler.ru

Abstract. Russian and English names of berries form a significant part of the phytonymic system. Berry nominations have been studied in the article applying complex comparative analysis. This lexical and thematic group of words is supposed to possess both similar and unique means of nomination using compounding, suffixation and metaphorical transformation of meaning. The empirical material includes 200 names of Russian and English berries, numerous folk names, slang words, proverbs and sayings retrieved by continuous sampling from dictionaries. The English hyperonym “berry” is frequently used in English nominations. Russian names of berries are mainly simple hyponyms. The Russian hyperonym “jagoda” is often found in sayings. Etymology, synonyms, transformation of meaning of the hyperonyms “jagoda” and “berry” have been analyzed. Both the Old Russian noun “jagoda” and the English “berry”of the Common Germanic origin were initially used to denote wine berry. Correspondences are found in all Slavonic and Germanic languages, signifying their ancient origin. There are many derivatives from the Russian hyperonym, while in English there is only a conversive verb “to berry”. Both words are polysemantic,

© Питина С. А., 2024

turning into homonyms in slang. Suffixoid -berry is used as a part of English compound nouns. English and Russian hyponyms possess motivational characteristics of color and zoonym. Hyponyms with the color component specify the berry meaning, hyponyms with zoonyms can imply hostility meaning in Russian. Synonyms are characteristic of both Russian and English hyponyms. Suffixation prevails in Russian, compounding is typical of the English berry names, while metaphorical transformations are used in both lexical and thematic groups.

***Keywords**:* hyperonym, hyponym, metaphor, affixation, compounding, folk names

For citation: Pitina SA. Russian and English berry names. *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;(8(490): 33-38. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-33-38.

Введение

Изучение фитонимической лексики, в которую входят названия ягод, представлено целым рядом работ, включая сопоставительные [1; 2; 4; 8; 11], диалектологические исследования [9; 14], проблемы классификации и категоризации [5; 6], фразеологии [7], происхождения названий ягод в отдельных языках [12; 13; 15] и др. Названиям ягод посвящён ряд диссертационных исследований [3; 10]. Многочисленные номинации ягод свидетельствуют о значимости данной фитонимической подсистемы в русской и англоязычной лингвокультурах, а выявление сходств и различий мотивационных признаков в их названиях представляется актуальной задачей.

Материал и методы

В настоящей работе при помощи этимологического, сопоставительного и описательного анализов исследовано более 100 русских и 100 английских названий ягод, полученных при помощи сплошной выборки из толковых, этимологических, фразеологических словарей, словарей синонимов и сленга русского и английского языков.

Результаты

Анализ гиперонимов «ягода» / «berry»

Рассмотрим этимологию гиперонимов *ягода / berry.* Древнерусское слово *ягода* стало употребляться для обозначения в основном виноградной ягоды в XVI в., оно образовано от общеславянского корня *jagъ-* при помощи суффикса od-. Индоевропейский корень *og-* считается первоосновой (ср. с общеславянским существительным *jagoda*, старославянским — *агода*, сербохорватским *виньйага* — виноградная лоза, латышским — *oga*, литовским — uoga[1]). Н. М. Шанский рассматривает соответствия в тохарском *око* — плод, немецком *Ecker* — жёлудь, связь слова *ягода*, возможно, с латинским *augeo* — расту, увеличиваюсь. *Ягода* буквально обозначает «то, что выросло (на месте цветка), плод»[2]. Аналогичный, но более подробный анализ этимологии данного слова приводится в словаре П. Я. Черных. К индоевропейскому корню восходят не только соответствия в латышском *oga* (*uoga*) и литовском *uoga* языках, но и готское *akran* — плод, фрукт, англосаксонское современное английское *acorn* — жёлудь[3]. В современном русском языке ягодой называют все мелкие, круглые и зернистые плоды растений, тогда как в большинстве славянских языков употребляется для обозначения земляники. Многочисленные производные от слова *ягода* обозначают собирающую в лесу женщину, щёку, скулу, кушанье из раздавленной земляники — *ягодница*, щёку, скулу, ягодичные мышцы — *ягодица*[4]. В словаре В. И. Даля перечислены пословицы и поговорки, в которых значение анализируемого существительного не трансформируется:

- Нашего поля (бору) *ягода*, (ср. совр. — одного поля *ягода).*
- У кого детки, у того и *ягодки.*
- Красна *ягодка*, да на вкус горька.
- Одна *ягода* в сорок два года.
- С одной *ягоды* сыт не будешь [5] и др.

В прямом значении употребляется слово *ягода* в следующих поговорках:

- Гриб не хлеб, *ягода* — трава.
- С дурного куста и *ягода* пуста.
- Какая *ягода*, такое и варенье.
- Когда по грибки, а когда и по *ягодки*.
- Тот куст, да не та *ягода* и др.

[1] Происхождение слова ягода. — Текст: электронный // URL: http://www. Lexicology online (дата обращения: 01.08.2024).

[2] Происхождение слова ягода в электронном онлайн-словаре Н. М. Шанского. — Текст: электронный // URL: http://www. Lexicology online (дата обращения: 01.08.2024).

[3] Черных П. Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка / П. Я. Черных. Москва: Русский язык, 1999. Т. 1. 622 с. Т. 2. С. 465–466.

[4] Происхождение слова ягода в этимологическом онлайн-словаре Фасмера. — Текст: электронный // URL: http://www. Lexicology online (дата обращения: 01.08.2024).

[5] Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка / В. И. Даль. 1980. Т. 4. Москва: Русский язык. С. 673–674.

Существительное *ягода* встречается как во множественном числе, так и с уменьшительным суффиксом -к. Если многие пословицы и поговорки со временем вышли из употребления, то в современном русском языке существительное *ягода* встречается в прецедентных словосочетаниях: *ягода* малина, сладка *ягода*, горька *ягода* и др.

Английский гипероним *berry* общегерманского происхождения. В древнеанглийском *beri(ge)* употреблялся в значении «ягода», «виноград». Соответствия имеются во всех германских языках: в протогерманском *basjom,* древнесеверном *ber*, среднеголландском *bere*, немецком *Beere*, древнесаксонском *winberi*, готском *weinabasi* [1]. Отмечается варьирование встречающихся в германских языках соответствий по морфологическим категориям. Так, в готском языке слово *weinabasja* употребляется только в винительном падеже и множественном числе. Возможна связь с древнеанглийским прилагательным *basu* — красный[2].

В современном английском языке полисемант *berry* обозначает небольшие съедобные фрукты, мясистые плоды с множеством семян внутри, сушеное зерно (кофе), икринку, семена. Глагол-конверсив *to berry* употребляется в значениях «искать», «собирать», «выращивать ягоды»[3]. Нами выявлен лишь один английский фразеологизм as brown as a *berry* — очень тёмный, загорелый, шоколадного цвета[4].

В американском сленге *berry* употребляется во множественном числе и с определённым артиклем в значении «лучший, наилучший», а также обозначает вино[5]. В словаре американского сленга анализируемая многозначная лексема используется для обозначения любого легкого задания, поручения, доллара, яйца, привлекательного, популярного студента противоположного пола. Устаревшее значение данного существительного, употребляющегося во множественном числе и с определенным артиклем *the berries*, имеет значение «любой привлекательный человек или вещь»[6].

Анализ русских и английских «ягодных» гипонимов

«Ягодные» гипонимы широко представлены как в русском, так и в английском языках. Рассмотрим способы словообразования, этимологию и функционирование некоторых гипонимов во фразеологизмах и сленге.

В русском языке частотными «ягодными» суффиксами является суффикс -ин: *бузина, калина, малина, рябина, смородина* и суффикс -ик: *брусника, ежевика, голубика, земляника, клубника, костяника, черника*. В английском языке в названиях ягод преобладают композиты, образованные при помощи суффиксоида или суффиксального слова *-berry*: *bilberry, cranberry, gooseberry, hackberry, huckleberry, raspberry, strawberry, whortleberry.*

Прозрачная этимология характерна для названий ягод с колоронимами: *ежевика, голубика, малина, черника; blueberry, blackberry*; названиями животных: *волчьи ягоды, ежевика* (производное от существительного *ёж*), куманика (от *комонь — конская ягода*), *медвежьи ягоды, собачьи ягоды; cranberry, gooseberry.* Разные мотивационные признаки прослеживаются в русском названии *земляника* (ягоды склоняются к земле) и английском *strawberry* (straw — солома); русском *брусника,* производном от *броснуть* — обивать (по способу сдергивания спелых ягод)[7], *черника* и английское соответствие с пятью синонимами *blueberry* (синяя ягода), *heathberry* (heath — вереск), *huckleberry* (huckle — сжимать), *whortle* — колосок, *whortleberry, bog whortleberry.* Название с колоронимом *голубика* имеет более десяти синонимов в русском языке: *болотный виноград, водопьянка, гонобобель, голубица, гонобоб, гонобой, гоноболь, дураха, дурница, пьяная ягода, пьяница, синий виноград*[8]. *Голубика* и *черника* принадлежат одному подвиду вересковых, нередко

[1]Etymonline – Online Etymology Dictionary. Berry. — Текст: электронный // URL: http://www.etymonline.com (дата обращения: 02.08.2024).

[2]The Oxford Dictionary of English Etymology. Ed. by C.T. Onions. Oxford : At the Clarendon Press, 1992. P. 90.

[3]Collins English Dictionary. Glasgo : HarperCollins Publishers, 1995. P. 148.

[4] Кунин А. В. Англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин. М.: 1984: Русский язык. С. 77.

[5]Англо-русский словарь американского сленга /под ред. Е. И. Тузовского. Москва: Книжный сад. 1993. С. 38.

[6] Dictionary of American Slang. Ed. by H. Wentworth, S. B. Flexner. New York : Thomas Y. Crowell Publishers, 1975. P. 32.

[7] Черных П. Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка. М. : Русский язык, 1999. Т. 1. С. 114

[8] Синонимы к слову «голубика» https://www.google.com/search?q=%D0%B3%D0%BE%D0%BB%D1%83%D0%B1%D0%B8%D0%BA%D0%B0+%D1%81%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D1%8B+%D0%BA+%D1%8D%D1%82%D0%BE%D0%BC%D1%83+%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D1%83#ip=1

приводятся как синонимы. В английском языке обе ягоды называются синими ягодами — *blueberries. Blackberry — ежевика*, иногда *смородина* (запрещённая до сих пор для выращивания в ряде штатов США ягода для защиты белой сосны от эпидемии ржавчины) имеет прозрачную этимологию в английском языке. Синонимы представлены *bramble* — метла (название ягоды мотивировано колючим кустарником ягоды ежевики), *brambleberry, dewberry* (роса + ягода). Аналогичное объяснение приводится в лексикографических источниках происхождению русского названия *ежевика,* которое является суффиксальным производным от *ежовой ягоды*[1]. Словарь русских синонимов приводит следующие синонимы: *бирюза, вязовица, каманица, куманица, ожина*[2].

Болотная ягода *клюква* известна в русском языке с XVII в., её название вероятно, происходит от корня *клюк-*, как и *ключ* — источник. В болгарском языке — *журавіна*, украинском — *клюква* (чаще *журавлина*), польском — *zurawina*[3]. В переносном смысле слово клюква встречается в восклицательном предложении «*Вот так клюква*!» для выражения удивления по поводу неприятности или неожиданности, а шутливое словосочетание *«развесистая клюква»* употребляется, когда говорят о чём-то до нелепости неправдоподобном[4].

Зоонимическая метафора прослеживается и в английском названии *cranberry* — журавлиная ягода. Синонимичными метафоричными названиями являются *dingleberry* (dingle — *глубокая лощина*), *bearberry* (bear — медведь). *Cranberrying* — оплакивание смерти раньше не упоминаемого кем-то известного человека[5].

Слово *малина* известно в русском языке с XVII в. Индо-европейский корень mel- употребляется для обозначения тёмных, нечистых оттенков[6]. В современном русском языке существительное *малина* употребляется в переносном смысле для обозначения притона, привольного житья: *разлюли малина*.

Английское название малины *raspberry* происходит от англо-латинского *raspeys* или *raspoie* — кустарник. Слово *raspise* — светлое розовое вино, известно с XV в., указывается на возможную связь с древнеанглийскими словами *rasp* или *rough berry* из-за шершавой поверхности ягоды или в результате ложной этимологии. Можно проследить связь с латинским названием вина *raspacia*. В средневековой латыни слово *raspa* обозначало виноград[7]. В современном английском языке *raspberry* обозначает крик или шум для выражения недовольства или презрения.

Выводы

Таким образом, в двух сравниваемых языках наблюдается сходство в денотативных значениях гиперонимов, отсутствие трансформации значения слова *ягода* в пословицах и поговорках в русском языке. Для английского языка характерна трансформация значения гиперонима в мотивированных метафорических сленгизмах, наличие разных мотивационных признаков в гипонимах и их употреблении в сленгизмах.

[1] Происхождение слова ежевика. — Текст: электронный // URL: http://www. Lexicology online (дата обращения: 01.08.2024).

[2] Словарь русских синонимов. — Текст: электронный // URL: http://www. gramota.ru/slovari/info/abr/ (дата обращения: 01.08.2024).

[3] Черных П. Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка. М. : Русский язык. 1999. Т. 1. 622 с. Т. 2. С. 404 с. — Текст: непосредственный.

[4] Клюква. — Текст: электронный // URL: http://www. gramota.ru/slovari/info/abr/ (дата обращения: 01.08.2024).

[5] Urban Dictionary. — Текст: электронный // URL: http://www.urbandictionary.com (дата обращения: 02.08.2024).

[6] Черных П. Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка. М. : Русский язык. 1999. Т. 2. С.504–505.

[7] Etymonline — Online Etymology Dictionary. Raspberry. — Текст: электронный // URL: http://www.etymonline.com (дата обращения: 02.08.2024).

Список литературы

1. Ананьева Н. Е. Вторичные функции названий фруктов, овощей, ягод и грибов в польском и русском языках // Славяноведение. 2019. № 2. С. 69–77.

2. Биккинина Э. И. О происхождении названий ягод в русском и испанском языках // Материалы Конгресса МАПРЯЛ «Русский язык и литература в пространстве мировой культуры». Гранада, Испания: в 15 т. Т. 11. Санкт-Петербург: МАПРЯЛ. 2015. С. 5–56. URL: http://www. elibrary.ru (дата обращения: 01.08.2024).

3. Галаева Л. Х. Фитонимическая лексика в ингушском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Нальчик, 2006. 21 с.

4. Гребнева А. М. Генезис, семантика и диалектная синонимия ягодной флоры мордовских языков // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2008. № 10 (66). С. 53–57.

5. Дзюба Е. В. Категоризация действительности в русском языковом сознании (на примере категорий ОВОЩИ, ФРУКТЫ, ЯГОДЫ) // Журнальный портал УРФУ. 2013. С. 184–195. URL: https:// www. journals. urfu.ru/index.php/Izvestia (дата обращения: 06.08.2024).

6. Дзюба Е. В. Категоризация ягод в научной, лексикографической, торговой, кулинарной и бытовой картинах мира // Вестник Брянского университета. 2015. № 2. С.44–49.

7. Кусакина Д. А. Помологические компоненты в английской фразеологии: фрукты и ягоды как способ отражения национальной культуры народа // Молодой ученый. 2023. № 19 (466). С. 657–660. URL: https:// moluch.ru/archive/466/102407/ (дата обращения: 06.08.2024).

8. Лебединская В. Г. Наименования ягод в славянских языках: сравнительно-сопоставительный анализ // Международный научно-исследовательский журнал. 2017. № 3 (57). Ч. 2 С. 33–35.

9. Лельхова Ф. М. Номинации ягодной флоры в диалектах хантыйского языка // Финно-угорский мир. 2020. Т. 12. № 1. С. 6–8.

10. Мирзаханова Д. Б. Фитонимическая лексика азербайджанского языка: в сравнении с другими тюркскими языками : автореф. дис. ... канд. филол. н. 2007. Махачкала, 2007. 21 с.

11. Моисеева Е. Ю. Отражение народных представлений о животном мире (на материале русского и немецкого языков) // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2015. № 10 (163). С. 62–67.

12. Пономарева Л. Г., Гайдамашко Р. В. Названия ягод в коми-пермяцком языке конца XVIII в. (на материале рукописей Антония Попова) // Ежегодник финно-угорских исследований. 2021. Т. 15. № 2 (2021). С.228–249.

13. Рупышева Л. Э. Бурятские наименования ягод: этимология и семантика // Мир науки, культуры, образования. 2019. № 5(78). С. 497–499.

14. Саввина Ю. Ю. Лексико-семантический анализ ягод в елецком говоре // Вестник Костромского государственного университета им. Н. А. Некрасова. 2008. №4. С. 214–217.

15. Сахарова О. В., Заремская Ю. А. Происхождение наименований ягодной флоры в селькупском языке // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2015. № 4 (157). С. 49–54.

References

1. Anan'eva NE. Vtirichnye nazvanija fruktov, ovoshchej, jagod i gribov v pol'skom i russkom jazykah = Secondary names of fruits, berries, vegetables and mushrooms in Polish and Russian languages. *Slavianovedenie= Slavic studies.* 2019;(2):69-77. (in Russ).

2. Bikkinina EI. O proishohzdenii nazvanij jagod v russkom I ispanskom jazykah = On the origin of berry names in Russian and Polish. *Materialy Congressa MAPRYAL "Russkij jasyk I literature v prostranstve mirovoj kul'tury. MAPRYAL Congress "Russian language and literature in the world culture space materials*. Granada, Spain. St. Petersburg. 2015;(11):52-55. Available at: http://www. elibrary.ru (accessed 01.08.2024). (in Russ).

3. Galaeva L.H. Phytonymic lexis in Ingush language: abstr. dis. ... Cand. Sci. (Philology). Nal'chik, 2007. 21 p. (in Russ.).

4. Grebneva AM. Genezis, semantika i dialektnaja sinoniomija jagodnoj flory mordovskih jazykov = Genesis, semantics and dialectal synonymy in the berry flora of Mordovian languages. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta = Tomsk State Pedagogical Bulletin.* 2008;(10(67):53-57. (in Russ).

5. Dzyuba EV. Kategorizatsija dejstvitel'nosti v russkom jazykovom soznanii (na primere kategorij OVOSHCHI, FRUKTY, JAGODY) = Reality categorization in Russian language consciousness (on the example of the categories of VEGETABLES, FRUITS, BERRIES). 2013. Pp. 184-195. Available at: http://www. journals. urfu.ru/index.php/Izvestia (accessed 06.08.2024). (in Russ).

6. Dzyuba EV. Kategorizatsija jagod v nauchnoj, leksikograficheskoj, torgovoj, kulinarnoj i bytovoj kartinah mira = Berries categorization in scientific, lexicographical, trade, culinary and everyday pictures of the world. *Vestnik Bryanskogo gosudarstvennogo universiteta = The Bryansk State University Herald.* 2015;(2):44-49. (in Russ.).

7. Kusakina DA. Pomologicheskie komponenty v anglijskoj frazeologii: frukty i jagody kak sposob otrazhenija natsional'noj kul'tury naroda = Pomological components in English phraseology as a way of reflecting national culture of the people. *Molodoj uchenyj = Young Scientist*. 2023;19(466):657-660. Available at: http:// https:// moluch.ru/archive/466/102407/ (accessed 06.08.2024). (in Russ).

8. Lebedinskaja VG. Naimenovanija jagod v slavianskih jazykah: sravnitel'no-sopostavitel'nyj analiz = Berry names in Slavic languages: comparative analysis. *Mezhdunarodnyj nauchno-issledovatel'skij zhurnal = International scientific and research journal.* 2017;3(57, part 2):33-35. (in Russ.).

9. Lel'hova FM. Nominatsii jagodnoj flory v dialektah hantyjskogo jazyka = Berry flora nominations in Khanty dialects. *Finno-ugorskij mir = Finno -Ugric World.* 2020;12(1):6-8. (in Russ.).

10. Mirzahanova DB. Aserbaijan phytonymic lexis: in comparison with other Turkic languages: abstr. dis…. Cand. Sci. (Philology). Mahachkala, 2007. 21 p. (in Russ.).

11. Moiseeva EYu. Otrazhenie narodnyh predstavlenij o zhivotnom mire (na materiale russkogo i nemetskogo jazykov = Reflection of the folk understanding of fauna (on the material of Russian and German languages). *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta = Tomsk State Pedagogical Bulletin.* 2015;10(163):62-67. (in Russ).

12. Ponomareva LG., Gajdamashko RV. Nazvanija jagod v komi-permiatskom jazyke kontsa XVIII v. (na materiale rukopisej Antonija Popova) = Berry names in Komi Permyak language of the end of XVIII c. (on the material of Antonij Popov's manuscripts). *Ezhegodnik finno-ugorskih issledovanij = Yearbook of Finno-Ugric Studies.* 2021;15(2):228-249. (in Russ.).

13. Rupysheva LE. Buriatskie naimenovanija jagod: etimologija i semantika = Buryat berries names: etymology and semantics. *Mir nauki, kul'tury, obrazovanija = World of science, culture, education.* 2019;5(78):497-499. (in Russ).

14. Savvina YuYu. Leksiko-semanticheskij analiz jagod v eletskom govore = Lexical and semantic analysis of berries in Yeletskij speech. *Vestnik Kosntomskogo gosudarstvennogo universitena im. N.A. Nekrasova = Vestnik of Kostroma State University.* 2008;(4):214-217. (in Russ.)

15. Saharova OV., Zaremskaja YuA. Proishozhdenie naimenovanij jagodnoj flory v sel'kupskom jazyke = The origin of berry flora nominations in Selkup language. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta = Tomsk State Pedagogical Bulletin.* 2015;4(157):49-54. (in Russ.).

Информация об авторе

С. А. Питина — доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры теоретического и прикладного языкознания историко-филологического факультета.

Information about the author

S. A. Pitina — Doctor Philology Sciences, Professor, Professor at Theoretical and Applied Linguistics Department.

Статья поступила в редакцию 28.08.2024; одобрена после рецензирования 14.09.2024; принята к публикации 24.09.2024.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The article was submitted 28.08.2024; approved after reviewing 14.09.2024; accepted for publication 24.09.2024.

The author declares no conflicts of interests.

ДИСКУРСОЛОГИЯ, ПРАГМАЛИНГВИСТИКА, СТИЛИСТИКА, РИТОРИКА
DISCOURSEOLOGY, PRAGMALINGUISTICS, STYLISTICS, RHETORIC

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 39–48.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):39-48.

Научная статья

УДК 81'22

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-39-48

ДИСКУРС КАК РЕЧЕМЫСЛИТЕЛЬНЫЙ СУБСТРАТ ТЕКСТА

Николай Федорович Алефиренко

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Белгород, Россия, alefirenko@ bsu. edu. ru, 0000-0002-4083-4486

Аннотация. Эксплицируется имплицитный онтологический статус дискурса. Согласно авторской интерпретации, он не является исключительно языковым, речевым или жанровым, поскольку находится в речемыслительном регистре коммуниканта. Кратко рассматриваются его основные метаморфозы от средневекового учения П. Абеляра до нашего времени, ведущие к пониманию дискурса как скрытой речемыслительной категории. Аргументами такого подхода служат мыслекодовые акты, дискурсивная матрица и внутренняя речь, опирающаяся на ментальный лексикон и внутренние слова, которые обеспечивают текстопорождающий потенциал дискурса. Для понимания данных феноменов текстопорождения понятия «вербальная память» и «внутреннее слово» интерпретируются с точки зрения когнитивной лингвопоэтики. Обосновывается тезис о том, что в живой дискурсии ментальное слово коррелирует со свойствами и признаками реалий коммуникативного события. Когда корреляции ментального слова и денотата коммуникантом установлены, в кратковременной памяти актуализируются внутренние слова, доступные для мысленного моделирования соответствующего коммуникативного события и подбора нужного для реализации замысла звукового образа того, что рождается в недрах души автора. Утверждается, что сам процесс реализации авторского замысла, называемый «муками слова», представляет собой трудности выбора внутреннего словесного знака из того, что есть в долговременной семиотической памяти для наиболее меткой, точной и выразительной экспликации мыслей и переживаемых эмоций автора. В конечном итоге, текстопорождение осуществляется посредством внутреннего программирования, в ходе которого переживание воспринимаемого коммуникативного события порождает в ментальном лексиконе его ономасиологические импульсы, которые с помощью семантических падежей переводят смысловое сочетание внутренних слов в линейные схемы порождаемых высказываний.

Ключевые слова: дискурс, речемышление, дискурсивная матрица, внутренняя речь, ментальный лексикон, внутреннее слово, текст

Для цитирования: Алефиренко Н. Ф. Дискурс как речемыслительный субстрат текста // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 39–48. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-39-48.

Original article

DISCOURSE AS A SPEECH SUBSTRATE OF A TEXT

Nikolay F. Alefirenko

Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia, alefirenko@bsu.edu.ru, 0000-0002-4083-4486

Abstract. The implicit ontological status of the discourse is made explicit. According to the author's interpretation, it is not exclusively linguistic, speech or genre, since it is in the speech-thought register of the communicant. Its main metamorphoses from the medieval teachings of P. Abelard to our time, leading to the understanding of discourse

© Алефиренко Н. Ф., 2024

as a hidden speech-thought category, are briefly examined. The arguments for this approach are mental code acts, a discursive matrix and internal speech, based on the mental lexicon and internal words that provide the text-generating potential of discourse. To understand these phenomena of text generation, the concepts of "verbal memory" and "inner word" are interpreted from the point of view of cognitive linguapoetics. The thesis is substantiated that in living discourse the mental word correlates with the properties and signs of the realities of a communicative event. When the correlations of the mental word and denotation are established by the communicant, internal words are updated in short-term memory, available for mental modeling of the corresponding communicative event and the selection of the sound image of what is born in the depths of the author's soul necessary for the implementation of the plan. The very process of realizing the author's plan, called the "torment of the word," represents the difficulty of choosing an internal verbal sign from what is in long-term semiotic memory for the most accurate, accurate and expressive explication of the author's thoughts and experienced emotions. Ultimately, text generation is carried out through internal programming, during which the experience of a perceived communicative event generates its onomasiological impulses in the mental lexicon, which, with the help of semantic cases, translate the semantic combination of internal words into linear patterns of generated utterances.

***Keywords*:** discourse, speech thinking, discursive matrix, inner speech, mental lexicon, inner word, text

For citation: Alefirenko NF. Discourse as a speech substrate of a text. *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;(8(490):39-48. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-39-48.

Постановка проблемы

Феномен дискурса претерпел достаточно много перипетий, которые можно назвать метаморфозами. В целом метаморфозами называют обобщённые философские представления о процессах, происходящих во Вселенной. Поистине вселенской является и трудноуловимая связь мысли и слова, которая, оставаясь непостижимой, всё же удерживает на себе внимание интеллектуалов на протяжении нескольких эпох. Особенно успешной была попытка философа средних веков Пьера Абеляра (1079–1142 гг.), пытавшегося преодолеть односторонние постулаты номинализма и реализма. Мыслитель предложил промежуточную парадигму в теории дискурсии — загадочного свойства человека переводить мыслительные конструкты в речь. В недрах этой парадигмы возникла идея интерпретировать сам мыслительный конструкт как некий созидательный смысл, или концепт, который обрёл статус центростремительного компонента дискурса. С того времени представления о дискурсе неоднократно менялись. Поэтому к дискурсу приложимо известное изречение: новое — хорошо забытое старое.

Материалы и методы исследования

Материалом исследования послужил Национальный корпус русского языка. Приёмы исследования ретроспективного дискурс-анализа текста применяются в рамках авторского когнитивно-герменевтического и когнитивно-лингвистического методов [1, с. 37; 2], включающего в себя интерпретацию внешнего (экзистенционального) и внутреннего контекстов речевого произведения с целью выявления дискурсивного субстрата текста. Используются описательный и лингвокультурологический анализы, позволяющие рассматривать ментально-культурный феномен. Данная методологическая идея соотносима с тезисом М. Халлидея: являясь конструктом реальности, дискурс и текст взаимозависимы [27]. Конечной целью анализа является понимание роли дискурсивной матрицы во фреймовой организации текстопорождающей цепочки: от ментальных слов, соотносимых с концептами, и внутренней речи — к языковым образам.

Результаты исследования и их обсуждение

Онтологические метаморфозы дискурса

Сложившееся смысловое разнообразие понятия «дискурс», разумеется, не может не оказывать отрицательного воздействия на анализ дискурса речевых произведений. В этой связи как никогда актуально замечание Р. А. Будагова: «Если сознательно не заниматься терминами, учёные, в конце концов, перестанут понимать друг друга» [6, с. 124]. Особо насущным данное предостережение остаётся относительно терминообозначения дискурса как трудно постижимого явления, вызвавшего вполне оправданные опасения Уоллеса Чейфа. Причиной тому считаем, как минимум, являются два фактора.

С одной стороны, истолкование дискурса изначально связано с французской языковой практикой обозначать этим словом просто речь или текст. С другой стороны, за понятием «дискурс» усматривается устойчивый социолингвистический фон. Размышляя над речевой и социальной ипостасями дискурса, Уоллес Чейф писал: «Достаточно очевидна ограниченность любых попыток сводить дискурс к одному или двум измерениям...» [26, с. 49]. Однако это всё же

не отрицает того, что эти оба измерения дискурсу действительно присущи. Даже подсознательно ощущается весьма филигранная связь дискурса с текстом. Согласно нашим представлениям, если ***текст*** — это связанная, внутренне организованная и относительно завершённая речь (звучащая или письменная), то ***дискурс*** является его ментальным коррелятом. Вместе с тем, неосязаемые деривационные скрепы этой связи на уровне и обыденного, и научного сознания остаются скрытыми. Это породило идею относить дискурс к так называемым скрытым категориям. Высказанная ещё В. фон Гумбольдтом, она была реализована в концепции «скрытой грамматики» С. Д. Ка́цнельсона [10, с. 82]. Для понимания сущности дискурса как предполагаемого скрытого текстообразующего механизма важным представляется следующее суждение учёного: «Если скрытые категории, как иногда говорят, «угадываются из контекста», то только потому, что в контексте содержатся ***достаточно чёткие и недвусмысленные указания*** на этот счёт. Не лексические значения и синтаксические связи сами по себе, а ***грамматически оформленные*** и сочетающиеся в предложении словесные знаки являются выразителями скрытых категорий» [10, с. 83] [*выделено мною. —* ***Прим. авт.***]. «Скрытые категории», не имеющие самостоятельного вербального выражения, являются, по утверждению С. Д. Кацнельсона, весьма значимым ментальным предречевым субстратом [10, с. 78]. Такой подход к дискурсу служит основанием рассматривать его в качестве механизма приведения в действие мыслекодовых актов, проецирующих когезию порождаемого коммуникантами текста. Представленные выше суждения не позволяют сводить дискурс к одному или двум измерениям (языковому / речевому или невербальному). Оно ограничивает понимание его глубинной сущности, которая, как нам представляется, порождается синергией языковых и внеязыковых факторов [1].

Во-первых, дискурс является отображением взаимодействия коммуникантов в реальных ситуациях общения [20]. Во-вторых, дискурс — социально-смысловой конструкт коммуникативно значимого события [21]. В-третьих, дискурс обеспечивает коммуникативно-когнитивную когезию порождаемого в процессе речевой деятельности контекста [22; 24; 25]. Данное триединство раскрывает смысл полюбившегося ныне метафорического (и поэтому сложно уясняемого) определения: «дискурс — это погружённый в жизнь текст» [3, с. 136–137]. «Погружённый в жизнь текст» —это речевое произведение, интерпретирующее то событие, которое приковало внимание автора, вызвало в нём те или иные переживания и побудило его к вербальной коммуникации [14; 15; 16].

Осмысление ставшей крылатой фразы *«дискурс — это погруженный в жизнь текст»* возможно через интерпретацию дискурсивных способов, с помощью которых осуществляется репрезентация коммуникативно значимого события [19; 23].

Во-первых, выявление способов и средств объективации (представления) событий должно опираться на механизмы дискурсии. Прежде всего, дискурс следует рассматривать как механизм интериоризации (лат. *interior* — «внутренний»).

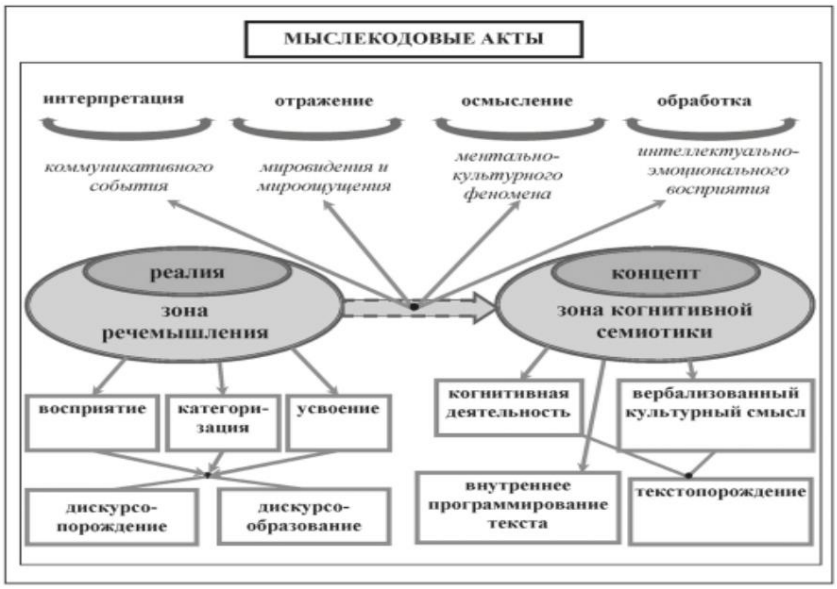


Рис. 1. Мыслекодовые акты
Fig. 1. Thought code acts

Его предназначение служить каналом перевода внешних структур дискурсивной ситуации во внутренние структуры языковой семантики.

Вторым способом, стимулирующим к текстопорождающим интенциям, являются переживаемые образы коммуникативно значимого события. Облачение ментального образа в конструкт языкового сознания, содержание которого отображает соответствующий фрагмент действительности, служит таким значимым моментом в реализации авторских интенций. Языковое сознание ищет соответствующий данному конструкту словесный образ. В этом поиске ментальный образ оказывается также связанным с языковым подсознанием и сверхсознанием. ***Подсознание*** содержит стереотипы, «хорошо автоматизированные и потому переставшие осознаваться навыки и вытесненные из сферы сознания мотивационные конфликты», а также «глубоко усвоенные субъектом социальные нормы», зафиксированные в семантике слов. Однако если подсознание использует ранее зафиксированные словами представления, то ***сверхсознание*** опирается не на слова, а на образы, что позволяет автору текста воображать, мечтать и сочинять. Благодаря этому сверхсознание как структурный элемент языкового сознания стимулирует эмоциональную активность коммуниканта на первых этапах креативного текстопорождения, порождая *догадки, замыслы и озарения,* необходимые для внутреннего программирования дискурсивной модели текста. В таком акустико-смысловом сопряжении ментальный образ предопределяет функционально-стилистическую доминанту дискурсивной матрицы производимого текста.

Дискурсивная матрица текста

Доминирующим смысловым элементом дискурсивной матрицы является ‘стереотип’. В теории порождения текста термины *дискурс* и *матрица* подвергаются особой адаптации. В отличие от значения слова *образец*, в семантике лексемы *матрица* доминируют свойства и признаки, унаследованные от порождаемых речемыслительных стимулов. Вначале матрица представляет в структуре дискурса элементы коммуникативного события, сохраняя основные предметные смыслы или подвергая их переосмыслению, затем индуцирует новые нюансы и смысловые акценты в образном восприятии соответствующего события. У коммуникантов из собственного опыта уже имеются смысловые матрицы для отображения событий во внутренней речи. Причём матрица, в отличие от стереотипа, ведёт себя активно, стремится не только направлять языковое сознание, но и управлять им, преобразуя его в дискурсивное сознание [7; 8; 9; 12]. Следовательно, дискурсивная матрица — это не только смысловой каркас, но и зерно, из которого произрастает механизм программирования текста.

Дискурсивная матрица, как явствует из её предназначения в речемыслительной деятельности, является абстрактной (ментальной) структурой, нуждающейся в вербальной репрезентации. В этом плане целесообразно вспомнить М. Халлидея, высказавшего мысль, что дискурс, будучи конструктом реальности, коррелирует с текстом [27, с. 170]. Эта корреляция напоминает то, как предложение (абстрактная синтаксическая конструкция) соотносится с высказыванием (её словесным воплощением). Иными словами, дискурс по отношению к тексту является в некотором роде когнитивной моделью, в которой структурно-семантические позиции в виде смутных, порой сложно неуловимых образов «оживают» в конкретных текстах.

Понимание дискурса как «единицы языка» разделяется многими авторами, что привело к различного рода парадоксальным дефинициям. Так, Л. С. Цветкова [18], вслед за Т. В. Ахутиной [17] продолжает утверждать, что дискурс есть специфическая единица языка высшего уровня, которая, однако, не воспроизводится, но конструируется / создается в процессах коммуникации. Однако гипотеза о том, что дискурс — единица языка, требует дополнительных размышлений. Исследователи, поддерживающие такое понимание дискурса, подвержены магнетизму крылатого определения Ю. С. Степанова: «Дискурс — это “язык в языке”» [13, с. 44]. Однако учёный понимает его в «особой социальной данности». Он не располагает «своей “грамматикой” и своим “лексиконом”, как естественный язык. К тому же он существует в текстах, таких речевых построениях, которыми управляет «особая грамматика, особый лексикон, особые правила словоупотребления и синтаксиса, особая семантика, в конечном счёте — особый мир» [13, с. 45]. Поэтому «каждый дискурс — это один из “возможных миров”» [13, с. 45]. В целом дискурсивное отражение коммуникативно значимого события является основополагающим ярусом речемыслительной деятельности, поскольку интегрирует в своей структуре продукты мировосприятия, внешние и внутренние факторы порождения

текста. Только лишь на том основании, что дискурс не воспроизводится, называть его единицей языка — логический нонсенс, так как такое суждение методологически противоречит основной лингвистической аксиоме: будучи абстрактными сущностями, языковые единицы реализуют себя в материальных единицах речи, образующихся в конкретных актах коммуникации комбинированием языковых знаков и способных входить в состав текста. Из этого следует, что дискурс не является ни единицей языка, ни единицей речи. Это речемыслительная категория, служащая в коммуникативном акте моделью порождения текста

При таком двухплановом осмыслении дискурса необходимо, выражаясь словами В. П. Зинченко, «выйти за пределы мышления в мир деятельности и действия, в мир образов, в мир аффектов и, конечно, в мир слова. Это необходимо, потому что действие, образ, слово, чувство становятся языками мышления» [14, с. 96]. Дело в том, что данные языки мышления разные по сути своей: «**слово** содержит в своей внутренней форме *образ* и *действие*, **действие** — *образ* и *слово*, а **образ** — *действие* и *слово*» [14, с. 102]. В такой многогранности этих средств и заключается текстопорождающая энергия внутренней речи.

Внутренняя речь: ментальное и внутреннее слово

Истоки текстопорождения и механизмы его внутреннего программирования следует искать в вербальной памяти коммуниканта, в которой хранятся ментальный лексикон и внутренние слова. Ментальный, он же внутренний, лексикон (англ. *mental lexicon*) хранится в долговременной вербальной памяти, где в языковом сознании человека зафиксированы и системно упорядочены все образы слов данного языка. Ментальный лексикон представляет собой гигантскую сеть, в которой слова связаны между собой по смыслу и звучанию. В живой дискурсии ментальное слово коррелирует со свойствами и признаками реалий коммуникативного события. Его смысловое наполнение есть нечто устоявшееся, устойчивое. Когда корреляции ментального слова и денотата коммуникантом установлены, в кратковременной памяти актуализируются внутренние слова, доступные для мысленного моделирования соответствующего коммуникативного события и подбора нужного для реализации замысла звукового образа того, что рождается в недрах души автора. Сам процесс такого подбора носит мучительный характер. Его обычно называют «муками слова», или муками творчества. «Муки слова» представляют собой трудности выбора внутреннего словесного знака из того, что есть в долговременной семиотической памяти для наиболее меткой, точной и выразительной экспликации переполняемых мыслей и переживаемых эмоций, для идеального соответствия внутреннего слова первоначальному замыслу автора. Реально известным результатом таких мук является сожжение Н. В. Гоголем второго тома «Мертвых душ». Без этих мучений, вероятно, невозможно представить вдохновенного текстопорождения художественного шедевра.

Нет мук страшнее муки слова,
Когда не можешь написать.
Ведь мысли чувств любых основа.
Их нужно как-то изливать.
Когда терзаешься в сомненьях,
Когда кружится голова,
Когда охватит вдохновенье,
Но не идут на ум слова».

В. Чекрыжев,
«Нет мук страшнее муки слова»

Для понимания этого этапа текстопорождения необходимо уточнить понятия «вербальная память» и «внутреннее слово» с точки зрения когнитивной лингвопоэтики. В первом понятии сосредоточена проблема взаимоотношения памяти и языка. О. Г. Ревзина в статье «Память и язык» дала социокультурное её истолкование. «...Человеческий язык — это хранилище знаний о мире, которые человек удерживает в памяти и которые формируют его картину мира» [11, с. 12]. Если (а) вербальная память не находит соответствующих языковых образов, (б) внутреннее программирование текста стимулируют порождение окказиональных (индивидуально-авторских) знаков. В том случае, если первые две акции («а» и «б») оказываются недостаточными, внутренняя программа текстопорождения пытается выразить смысл коммуникативного события комбинаторным сочетанием внутренних слов. При этом коммуникант извлекает из вербальной памяти тот набор слов, который обусловлен экстралингвистической ситуацией и коммуникативным намерением.

Второе понятие, лежащее в основе дискурсивного порождения текста, — «внутреннее слово» — живая клеточка речевого мышления. Как единица ментального лексикона, оно является дериватом всего прежнего опыта речемыслительной деятельности человека. И в этом статусе ментальное слово служит основным конструктивным

средством внутренней речи. Ментальное слово — на уровне когнитивного сознания является статичным; актуализируется во внутренней речи, которая динамична по своей природе в том смысле, что, не будучи коммуникативным средством, выполняет психологические функции, порождая саму мысль, подготавливает её к речевому общению путём программирования высказываний, выстраивая единицы ментального лексикона в некие пока скрытые речемыслительные схемы. Будучи производной от внешней речи, она сочетает в себе коммуникативные и когнитивные способности коммуникантов. И в этом плане служит своего рода триггером (от англ. *trigger* — ‘спусковой крючок’, запускающий выстрел), т. е. стимул, синергийно запускающий у коммуниканта когнитивные и коммуникативные действия (рис. 2).

Представленные выше суждения не позволяют сводить дискурс к одному или двум измерениям (языковому / речевому или невербальному). Оно ограничивает понимание его глубинной сущности, которая, как нам представляется, порождается синергией языковых и внеязыковых факторов [1]. Во-первых, дискурс является отображением взаимодействия коммуникантов в реальных ситуациях общения [20]. Во-вторых, дискурс — социально-смысловой конструкт коммуникативно значимого события [21]. В-третьих, дискурс обеспечивает коммуникативно-когнитивную когезию порождаемого в процессе речевой деятельности контекста [22; 24; 25]. Данное триединство раскрывает смысл полюбившегося ныне метафорического (и поэтому таинственного) определения: «дискурс — это погруженный в жизнь текст» [3, с. 136–137]. «Погруженный в жизнь текст» — это речевое произведение, интерпретирующее то событие, которое приковало внимание автора, вызвало в нём те или иные переживания и побудило его к внутреннему программированию, переводу ментального слова в вербализованный знак.

Кстати, в сложные перипетии осмысления глубинной структуры мыслительных актов, предшествующих порождению речевых произведений, пытались проникнуть ещё в средние века. Так, член ордена иезуитов («Общества Иисуса»), профессор Университета Саламанки в Испании Луис де Лосада (1681–1748 гг..), под ментальным словом подразумевал концепт как порождение «умной души» [Losada Luis de, 1724 (оцифровано 2009)], как интенциональный продукт личностного мышления. И в этом смысле ментальное слово — единица когнитивного сознания. С другой стороны, с точки зрения внутреннего продуцирования оно является продуктом внутренней речи, поскольку проистекает из индивидуальной речемыслительной деятельности. И в этом смысле ментальное слово служит элементом речевого сознания, такой психической деятельности, которая: а) порождает мысль, б) вербализует продукты мышления и в) служит средством их осмысленного восприятия в соответствии с тем или иным речевым контекстом. Как психическая деятельность речевое сознание отличается от языкового и когнитивного.

Ментальные слова соотносимы с концептами, поскольку порождаются двуединым (интеллектуально-эмоциональным) восприятием конструктивных объектов коммуникативного события. Их ещё называют подобием и образом тех предметов, на которые направлена познавательная деятельность. Ментальные слова выполняют функцию репрезентации воспринимаемых объектов речевому сознанию. Они являются результатом членения целостного образа коммуникативного события с последующим его структурированием в виде фрейма. Данное положение соотносимо со следующим, по сути, протодискурсивным суждением М. М. Бахтина: «Когда мы строим свою речь, нам всегда предносится целое нашего высказывания: и в форме определённой жанровой

Внутренняя речь	Внутреннее программирование
Глубинная смысловая структура	Поверхностная смысловая структура
Ментальное слово	Внутреннее слово
Мысль	Внешнее слово
ДИСКУРС	ТЕКСТ
Мотив	
Переживание события	
Коммуникативное событие	

Рис. 2. Внутреннее программирование дискурсивного порождения текста
Fig. 2. Internal programming of the discursive generation of text

схемы, и в форме индивидуального речевого замысла. Мы не нанизываем слова, не идём от слова к слову, а как бы заполняем нужными словами целое» [5, с. 266].

Ментальные слова соотносимы с концептами, поскольку порождаются двуединым (интеллектуально-эмоциональным) восприятием конструктивных объектов коммуникативного события. Их ещё называют подобием и образом тех предметов, на которые направлена познавательная деятельность. В процессе внутреннего программирования переживания воспринимаемого коммуникативного события порождают импульсы номинации ментальных слов. Затем с помощью семантических падежей фрейма смысловые сочетания выстраиваются в линейные схемы порождаемых высказываний. На основе концепции Московской психолингвистической школы составлена схема «от мотива — к тексту» (рис. 3).

С точки зрения когнитивной лингвистики, фрейм рассматривается как структура представления информации в единстве познавательных и речевых актов, предопределяющих дискурсивную деятельность коммуниканта. Знания о коммуникативной ситуации фиксируются на двух уровнях: верхнем и нижнем. На верхнем уровне содержатся общие, закреплённые традиционной культурой конвенциональные признаки стандартного коммуникативного события.

На нижнем же уровне фиксируются его ситуативные характеристики, воспринимаемые и интерпретируемые коммуникантом в момент переживания конкретного события и возникновения личностных речевых интенций. Размышляя над тайной ситуативного возникновения намерений создать художественное речевое произведение, К. Г. Паустовский сравнивает замысел, возникающий в его сознании, с молнией. *«Замысел, так же как молния, возникает в сознании человека, насыщенном мыслями, чувствами и заметками памяти. Накапливается всё это исподволь, медленно, пока не доходит до той степени напряжения, которое требует неизбежного разряда. Тогда весь этот сжатый и еще несколько хаотический мир рождает молнию — замысел»* [К. Паустовский, «Золотая роза»].

Замысел рождается в результате накопления впечатлений, но они нуждаются в речевом выражении по мере их интеллектуально-эмоционального обогащения. Однако накопленный материал нередко вербализуется от незначительного толчка. Лев Толстой, как он сам вспоминает в самом начале повести «Хаджи-Мурат», увидел сломанный репейник. *«Экая энергия! — подумал я. — Все победил человек, миллионы трав уничтожил, а этот всё не сдаётся». «И мне вспомнилась одна давнишняя кавказская история, часть которой я видел, часть слышал от очевидцев, а часть вообразил себе».* И этот образ сломанного репейника оказался тем лирическим толчком, от которого «вспыхнула молния: появился замысел удивительной повести. Вместе с тем художник слова должен быть внутренне готовым к реализации замысла. Толстой, как известно, лично участвовал в Кавказской войне, на которой много слышал о Хаджи-Мурате. У К. Г. Паустовского замысел уподобляется молнии, разряд которой происходит от переизбытка впечатлений. В случае у Толстого рождению замысла, чтобы воспроизвести накопленный материал и впечатления в художественном слове, послужил ничтожный толчок, стимулировавший писателя к созданию речевого произведения.

Итак, авторский замысел появляется на основе жизненного опыта и лишь затем толчком к превращению замысла во фреймовую структуру текста через эмоциональное переживание воспринимаемого коммуникативно значимого события к артикулеме — моторной схеме буквенно-звуковой реализации авторских интенций.

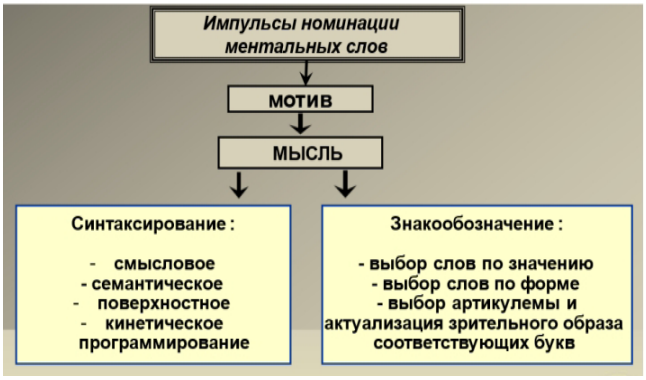


Рис 3. От мотива – к тексту
Fig. 2. From motive to text

Заключение

Таким образом, следует отметить, что онтологический статус дискурса как скрытой речемыслительной категории, являясь языковым, речевым и жанровым, в то же время находится в речемыслительном регистре коммуниканта. Именно такие составляющие, как мыслекодовые акты, дискурсивная матрица и внутренняя речь, опирающаяся на ментальный лексикон и внутренние слова, и обеспечивают текстопорождающий потенциал дискурса.

Идеи когнитивной лингвопоэтики в текстопорождении понятий «вербальная память» и «внутреннее слово» проецируют реализацию того, что ментальное слово коррелирует со свойствами и признаками реалий коммуникативного события. При установлении коммуникантом корреляций ментального слова и денотата в его кратковременной памяти активизируются внутренние слова, доступные для мысленного моделирования соответствующего коммуникативного события и подбора нужного для реализации замысла звукового образа. В долговременной семиотической памяти актуализируются и эксплицируются мысли и переживаемые эмоции автора. Внутреннее программирование в процессе текстопорождения порождает в ментальном лексиконе коммуниканта его ономасиологические импульсы, которые с помощью семантических падежей переводят смысловое сочетание внутренних слов в линейные схемы порождаемых высказываний.

Список источников

1. Алефиренко Н. Ф. Речемыслительная синергия дискурса. М.: Флинта. 2023. 184 с.

2. Алефиренко Н. Ф., Нуртазина М. Б., Стебунова К. К. В поисках когнитивно-лингвистической методологии учения о дискурсе // Вестник Санкт-Петербургского ун-та. Язык и лит. 2021. Т. 18. № 2. С. 313–338.

3. Арутюнова Н. Д. Дискурс. Лингвистический энциклопедический словарь. М.: «Советская энциклопедия». 1990. С. 136–137.

4. Ахманова О. С. Терминология лингвистическая Лингвистический энциклопедический словарь. М.: «Советская энциклопедия». 1990. С. 509 с.

5. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство. 1979. 423 с.

6. Будагов Р. А. Человек и его язык. М.: Изд-во: Москов. Университета. 1974. 262 с.

7. Дымарский М. Я. Проблемы текстообразования и художественный текст (на мат. русской прозы XIX–XX вв.). 2-е изд., испр. и доп. М.: Эдиториал УРСС. 2006. 328 с.

8. Русакова О. Ф. Основные теоретико-методологические подходы к интерпретации дискурса // Антиномии: Научный ежегодник Института философии и права УрО РАН. 2007. Вып. 7. С. 5–34.

9. Казыдуб Н. Н. Дискурсивное пространство как фрагмент языковой картины мира (теоретическая модель): автореф. дис. ... докт. филол. наук. М.: Промедиа, 2006. 34 с.

10. Кацнельсон С. Д. Категории языка и мышления. Из научного наследия. М.: Языки славянской культуры. 2001. 864 с.

11. Ревзина О. Г. Память и язык // Критика и семиотика. Выпуск 10. Новосибирск, 2006. С. 10–24.

12. Ревзина О. Г. Язык и дискурс // Вестник МГУ. Серия 9. Филология. 1999. № 1. С. 25–33.

13. Степанов Ю. С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности // Язык и наука конца XX века. Сб. ст./ под ред. Ю.С. Степанова. М.: РГГУ. 1995. С. 35–73.

14. Зинченко В. П. Сознание и творческий акт. М.: Языки славянских культур. 2010. 910 с.

15. Тарасов Е. Ф. Язык как средство трансляции культуры. М.: Наука. 2000. 186 с.

16. Леонтьев А. А. Язык, речь, речевая деятельность. М.: Просвещение». 1969. 214 с.

17. Ахутина Т. В. Порождение речи: Нейролингвистический анализ синтаксиса. М.: Изд-во Московского университета. 1989. 216 с.

18. Цветкова Л. С. Мозг и интеллект: нарушение и восстановление интеллектуальной деятельности. М.: Просвещение. 1995. 304 с.

19. Чернявская В. Е. Текст и социальный контекст: Социолингвистический и дискурсивный анализ смыслопорождения. М.: ЛЕНАНД. 2021. 208 с.

20. Sinclair J. & Coulthard M. Towards an analysis of discourse // Coulthard, M. (Ed). Advances in spoken discourse analysis. London: Routledge. 1992. P. 1–34.

21. Fairclough N. Media discourse. London: Edward Arnold. 1995. 215 p.

22. Dijk T. A. van. Discourse and knowledge / James Paul Gee & Michael Handford (Eds.), Handbook of Discourse Analysis. London: Routledge, 2012. Pp. 587–603.

23. Losada Luis de. Cursus philosophici regalis collegii salmanticensis Societatis Iesu in tres partes divisi: Prima pars, continens Logicam, seu Philosophiam rationale. Ex typ. Francisci Garcia ab Honorato et San Miguel, 1724 (оцифровано: 9 июля 2009). 521 p.

24. Brown G. & Yule G. Discourse analysis. Cambridge: Cambridge University Press, 1983. 288 p.

25. Nunan D. Introducing Discourse Analysis. London: Penguin English, 1993. 134 p.

26. Chafe W. Beyond Beads on String and Branches in a Tree // Conceptual Structure, Discourse and Language. Stanford, 1996. Pp. 49–66.

27. Halliday M. A. K. Language as social semiotic // J. J. Webster (ed.) Language and Society. Volume 10 in the Collected Works of M. A. K. Halliday. London and New York: Continuum, 2007. Pp. 169–201.

References

1. Alefirenko NF. Rechemyslitel´naya sinergiya diskursa. M.: Flinta, 2023. 184 p. (in Russ.).

2. Alefirenko NF, Nurtazina MB, Stebunova KK. V poiskakh kognitivno-lingvisticheskoy metodologii ucheniya o diskurse = In search of cognitive and linguistic methodology for discourse studies. *Bulletin of St.-Petersburg University. Yazyk i literatura = Language and Literature.* 2021;18(2):313-338. (in Russ.).

3. Arutyunova ND. Discourse. Lingvisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar' = Linguistic Encyclopedic Dictionary. Moscow. 1990. Pp.136–137. (in Russ.).

4. Ahmanova OS. Terminologiya lingvisticheskaya = Terminologi of linguistics. Lingvisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar' = Linguistic Encyclopedic Dictionary. Moscow. 1990. P. 509. (in Russ.).

5. Bakhtin MM. Estetika slovesnogo tvorchestva = The aesthetics of verbal creativity. Moscow, 1979. 423 p. (in Russ.).

6. Budagov RA. Chelovek i ego yazyk = Man and his language. Moscow, 1974. 262 p. (in Russ.).

7. Dymarskiy MYa. Problemy tekstoobrazovaniya i khudozhestvennyy tekst (na materiale russkoy prozy XIX-XX vv.). 2-e izd., ispr. i dop. Moscow, 2006. 328 p. (in Russ.).

8. Rusakova OF. Osnovnye teoretiko-metodologicheskie podkhody k interpretatsii diskursa = Main theoretical and methodological approaches to discourse interpretation. *Antinomii = Antinomies: scientific yearbook of the institute of philosophy and law at Ural RB of RAS.* 2007;(7):5-34. (in Russ.).

9. Kazydub NN. Diskursivnoe prostranstvo kak fragment yazykovoy kartiny mira (teoreticheskaya model') = Discursive space as a fragment of the linguistic picture of the world (theoretical model): abstr. dis. ... Dr. Sci. (Philology). Moscow, 2006. 34 p. (in Russ.).

10. Katsnel'son SD. Kategorii yazyka i myshleniya. Iz nauchnogo naslediya = Categories of language and thinking. From the scientific heritage. Moscow, 2001. 864 p. (in Russ.).

11. Revzina OG. Pamyat' i yazyk = Memory and language. *Kritika i semiotika = Criticism and Semiotiks.* Novosibirsk, 2006;(10):10-24. (in Russ.).

12. Revzina OG. Yazyk i diskurs = Language and Diskourse. *Vestnik MGU = Bulletin of Moscow State University.* Seriya 9. Filologiya. 1999;(1):25-33. (in Russ.).

13. Stepanov Yu S. Al'ternativnyy mir, Diskurs, Fakt i printsip prichinnosti = Alternative World, Discourse, Fact and the principle of Causality. Yazyk i nauka konca XX veka = Language and Science of the end of XX century. Ed. YuS. Stepanova. Moscow, 1995. Pp. 35-73. (in Russ.).

14. Zinchenko VP. Soznanie i tvorcheskij akt = Consciousness and creative act. Moscow, 2010. 910 p. (in Russ.).

15. Tarasov EF. Yazyk kak sredstvo translyatsii kul'tury = Language as a means of transmitting culture. Moscow, 2000. Pp.45-54. (in Russ.).

16. Leont'ev AA. Yazyk, rech', rechevaya deyatel'nost' = Language, speech, speech activity. Moscow, 1969. 214 p. (in Russ.).

17. Akhutina TV. Porozhdenie rechi: Neyrolingvisticheskiy analiz sintaksisa = Speech Generation: A Neurolinguistic Analysis of Syntax. Moscow, 1989. 216 p. (in Russ.).

18. Tsvetkova LS. Mozg i intellekt: narushenie i vosstanovlenie intellektual'noy deyatel'nosti = Brain and intelligence: intellectual impairment and recovery. Moscow, 1995. 304 p. (in Russ.).

19. Chernyavskaya VE. Tekst i sotsial'nyy kontekst: Sotsiolingvisticheskiy i diskursivnyy analiz smysloporozhdeniya = Text and social context: A sociolinguistic and discourse analysis of meaning-making. Moscow, 2021. 208 p. (in Russ.).

20. Sinclair J & Coulthard M. Towards an analysis of discourse. Coulthard, M. (Ed). Advances in spoken discourse analysis. London: Routledge. 1992. Pp. 1-34.

21. Fairclough N. Media discourse. London: Edward Arnold. 1995. 215 p.

22. Dijk TA van. Discourse and knowledge. James Paul Gee & Michael Handford (Eds.), Handbook of Discourse Analysis. London: Routledge, 2012. Pp. 587-603.

23. Losada Luis de. Cursus philosophici regalis collegii salmanticensis Societatis Iesu in tres partes divisi: Prima pars, continens Logicam, seu Philosophiam rationale. Ex typ. Francisci Garcia ab Honorato et San Miguel, 1724 (digitized: July 9, 2009). 521 p. (in Span.).

24. Brown G and Yule G. Discourse analysis. Cambridge: Cambridge University Press, 1983. 288 p.

25. Nunan D. Introducing Discourse Analysis. London: Penguin English, 1993. 134 p.

26. Chafe W. Beyond Beads on String and Branches in a Tree. Conceptual Structure, Discourse and Language. Stanford, 1996. Pp. 49-66.

27. Halliday MAK. Language as social semiotic. JJ. Webster (ed.) Language and Society. Vol. 10 in the Collected Works of MAK. Halliday. London and New York: Continuum, 2007. Pp. 169-201.

Информация об авторе

Николай Федорович Алефиренко — доктор филологических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ.

Information about the author

N. F. Alefirenko – Doctor of Philology Sciences, Professor, Honored Scientist of the Russian Federation.

Статья поступила в редакцию 25.05.2024; одобрена после рецензирования 14.06.2024; принята к публикации 24.09.2024.

The article was submitted 25.05.2024; approved after reviewing 14.06.2024; accepted for publication 24.09.2024.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 49–58.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):49-58.

Научная статья

УДК 811.161.1’42

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-49-58

БЛОГ КАК ДИАЛОГ

Евгения Наумовна Басовская[1], Татьяна Александровна Воронцова[2]✉

[1] Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия, jeni_ba@mail.ru, 0000-0002-6867-9326

[2] Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, voron500@yandex.ru, 0000- 0001-7370-8809

Аннотация. Статья посвящена особенностям диалогического взаимодействия между блогером и аудиторией. Исследование проводилось на материале размещенных на платформе Яндекс Дзен в 2023–2024 гг. блогов, которые связаны с профессиональной деятельностью автора: «Говорит старший бортпроводник», «Дневник ресторатора», «Злобный биохимик» и комментариев к ним. Рассматриваются приёмы диалогизации медиатекста, используемые блогером, такие как смоделированные в заголовке поста вопросы от непрофессионалов, этикетные, объяснительные, полемические тактики. Для характеристики описываемой коммуникативной модели существенное значение имеют инструктивные тактики, с помощью которых автор публикации подчеркивает, что адресат-неспециалист выступает в качестве клиента, отдельные аспекты поведения которого должны регулироваться опытным профессионалом. При анализе речевого поведения комментаторов специальное внимание уделяется вопросам, в том числе риторическим, а также тактике самопрезентации, дающей представителю аудитории основания для дискуссии с автором блога, и феномену тотального ёрничества. Отмечается, что исходная коммуникативная модель, предполагающая диалог профессионала с заинтересованным дилетантом, претерпевает в ходе комментирования поста существенные трансформации. Наряду с диалогизированным монологом блогера и отдельными комментариями в статье изучаются собственно диалогические фрагменты макротекста «блог+комментарии», представленного двумя разновидностями: диалог автора с читателем и диалог читателей между собой. Исследователи приходят к выводу о том, что в жанре блога адресант (автор) и адресат (комментатор) ориентированы на активное диалогическое взаимодействие. Данному принципу соответствуют применяемые ими речевые тактики. При этом автор блога строже следует заданной им самим ролевой модели профессионала-дидактика, нежели адресат, в большей степени ориентированный на реальное диалогическое взаимодействие, в котором он позиционирует себя как равноправный участник обсуждения поставленного автором вопроса. Выявленные качества речевого взаимодействия в блоге отражают специфику интернет-общения, характеризующегося отсутствием жестких ролевых позиций и иллюзией коммуникационного равноправия. В статье обозначена перспектива исследования, связанная с анализом функционирования других коммуникативных моделей в традиционных и новых медиа.

Ключевые слова: медиатекст, блог, адресант, адресат, коммуникативная модель, диалог, диалогизация

Для цитирования: Басовская Е. Н., Воронцова Т. А. Блог как диалог // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 49–58. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-49-58.

Original article

BLOG AS A DIALOGUE

Evgenia N. Basovskaya[1], Tatyana A. Vorontsova[2] ✉

[1]Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia, jeni_ba@mail.ru, 0000-0002-6867-9326

[2]Chelyabinsk State University Chelyabinsk, Chelyabinsk, Russia, voron500@yandex.ru, 0000-0001- 7370-88091

Abstract. The article is devoted to the features of dialogic interaction between blogger and audience. The explorers conducted their study on the material of blogs posted on the Yandex.Zen platform in 2023–2024 that are related to the professional activities of the author: “Senior Flight Attendant Speaks” , “Diary of a Restaurateur,” “Evil Biochemist” – and comments to them. The article discusses some methods of dialogization in media text used by the blogger, such as questions from non-professionals modeled in the title of the post, such as etiquette, explanatory, polemical tactics. Instructive tactics have special significance as a characteristic of the described communication

© Басовская Е. Н., Воронцова Т. А., 2024

model. Using them, the author of the publication emphasizes, that the non-specialist addressee acts as a client and an experienced professional must regulate certain aspects of their behavior. When analyzing the speech behavior of commentators, the authors of the article pay special attention to interrogative sentences, including rhetorical ones, as well as to the tactics of self-presentation, which gives the audience member grounds for discussion with the blogger, and the phenomenon of total mockery. They note that the initial communicative model, which involves dialogue between a professional and an interested amateur, undergoes significant transformations in the course of commenting on the post. Along with the blogger's monologue and individual comments, the article studies the actual dialogic snatches presented in two varieties: dialogue between the author and the reader and dialogue between readers. Researchers conclude that in the blog genre, both the addresser (author) and the addressee (commentator) focus on active dialogic interaction. The speech tactics they use correspond to this principle. At the same time, the author of the blog strictly follows his own role model of a professional educator. At the same time, the addressee depends largely on the principles of real dialogic interaction, where they position themselves as an equal participant of the discussion on the questions posed by the author. The identified qualities of verbal interaction in the blog reflect the specifics of Internet communication, characterized by the absence of rigid role positions and the illusion of communication equality. The article outlines a research perspective related to the analysis of the functioning of other communication models in traditional and new media.

Keywords: media text, blog, addresser, addressee, communicative model, dialogue, dialogization

For citation: Basovskaya EN, Vorontsova TA. Blog as a dialogue. *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;(8(490): 49-58. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-49-587.

Введение

Постановка проблемы

Жанр блога активно изучается в лингвистике в самых разных аспектах и на различном материале [1, 2, 3, 6, 11, 12, 13 и мн. др.].

Большинство исследователей обращает внимание на коммуникативную специфику блога [3, 8, 9, 13, 16 и др.]. При этом его диалогическая составляющая рассматривается преимущественно как взаимодействие на уровне текстов (пост — акция, комментарии — реакция). Как отмечает Т. Н. Колокольцева, блоги «представляют собой структурно-семантическое единство поста (исходного сообщения) и связанного с ним комментарийного блока. Пост и комментарии к нему вступают между собой в диалогическое взаимодействие» [8, с. 201]. Между тем, дискурсивное пространство блогосферы, как известно, включает в себя самые разные тексты как по тематике, так и по основным коммуникативным параметрам (тип адресанта, тип адресата, интенция, коммуникативный код и т. п.). Это позволяет говорить о том, что взаимодействие адресанта (автора блога) и адресата (авторов комментариев) может происходить в соответствии с разными коммуникативными моделями.

С этой точки зрения интерес представляют блоги, связанные с профессиональной деятельностью автора. Эти тексты носят экспертный характер, поскольку «в таком случае автором является специалист в узкой тематической области [1, с. 19], который публично предоставляет «уникально специальную (соответствующую результатам профессиональной деятельности)...» информацию [16, с. 111]. У адресата интерес к такого рода блогам может быть обусловлен двумя причинами: во-первых, это возможность увидеть ту или иную профессиональную деятельность «изнутри»; во-вторых, получить по запросу интересующую его информацию непосредственно от специалиста.

Для данного типа блогов характерна коммуникативная модель взаимодействия между адресантом и адресатом, которую И. А. Стернин назвал вертикальным равновесием [17, с. 70–71], т.к. по отношению к предмету речи — профессиональному знанию — адресант и адресат находятся в неравной позиции: автор блога (адресант) выступает как специалист, а читатель и, соответственно, комментатор (адресат) — как неспециалист. Данная модель в значительной степени определяет коммуникативные стратегии, тактики и приемы их реализации и в авторском тексте, и в тексте комментариев. Коллеги автора, т. е. специалисты, тоже иногда оставляют комментарии, и тогда разрушение модели становится своего рода коммуникативной доминантой и определяет особый набор речевых ходов.

Цель данного исследования — выявить специфику непосредственного взаимодействия на оси «адресант — адресат» в блогах профессиональной направленности и комментариях к ним.

Материалы и методы исследования

Материалом исследования послужили тексты блогов и комментариев к ним, размещённые на платформе Яндекс Дзен в 2023–2024 гг. Критерием отбора материала являлся фактор

адресанта: в качестве эмпирического материала были выбраны блоги (каналы), которые связаны с профессиональной деятельностью автора: «Говорит старший бортпроводник», «Дневник ресторатора», «Злобный биохимик». Несмотря на то, что отдельные посты в блоге могут быть посвящены самым разным проблемам, волнующим автора, основной корпус текстов каждого из каналов составляют тексты профессиональной направленности. В соответствии с поставленной целью нами исследовались только тексты, связанные с профессиональной деятельностью автора и, соответственно, комментарии к этим текстам. Так, в блоге «Говорит старший бортпроводник» таких текстов 132, в блоге «Дневник ресторатора» — 264, в блоге «Злобный биохимик» — 207.

В авторских текстах рассматриваются высказывания, непосредственно обращенные к адресату, в блоке комментариев — тексты, адресованные как непосредственно автору, так и другим комментаторам.

Методы исследования: коммуникативно-прагматический и стилистический анализ текста.

Результаты исследования и их обсуждение

Анализ речевого поведения автора блога

Профессиональная направленность блога отражена в его названии и презентационной части:

Говорит старший бортпроводник: *Пару слов про авиацию, небо и погоду, психологию пассажиров, жизнь в самолёте в общих чертах*[1].

Дневник ресторатора: *Канал основателя ресторанов «Мясо&Рыба» Сергея Миронова. Мифы ресторанного бизнеса, истории из жизни предпринимателя и многое другое.*

Злобный биохимик: *Надоело биологическое, химическое и медицинское мракобесие в интернете? Антипрививочники, гомеопаты, медицинские альтернативщики попадаются на каждом шагу? Тогда вам сюда. Этот канал — островок адеквата и вменяемости.*

Ориентация на адресата-неспециалиста реализуется уже на этапе заголовков статей (постов), которые представляют собой реальные или гипотетические вопросы адресата к автору как специалисту в соответствующей профессиональной области: *Почему Россию считают самой пьющей страной. Стереотипы?; Возможности людей не платить за блюдо. Когда это возможно?; Застольные приметы. Какие они?* («Дневник ресторатора»). *Амплуа бортпроводников. Кто что делает на борту?; Кресло пассажира. Что на нём есть?* («Говорит старший бортпроводник»). *Депрессия. Что с ней делать? Почему комар жужжит над ухом? Зачем он подлетает к лицу?* («Злобный биохимик»).

При взаимодействии с адресатом (читателем) все авторы в той или иной форме используют **этикетные тактики** (приветствие, прощание, благодарность и т. п.). Начало и конец коммуникации оформляется посредством этикетной рамки, которая «организует общение, задаёт и проявляет характер взаимоотношений между коммуникантами, способствует успешному установлению и размыканию контакта» [18, с. 6].

Сигналом начала коммуникации может быть приветствие или обращение: ***Друзья!*** *Сегодня продолжим знакомство с новинками меню наших ресторанов «Мясо&Рыба»* («Дневник ресторатора»); ***Всем привет!*** («Злобный биохимик»). Автор блога «Говорит старший бортпроводник» в качестве приветствия использует инициальную реплику профессионального стандарта коммуникации, которая акцентирует экспертный характер блога, определяя тем самым отношения с читателем по модели *специалист–неспециалист: Дамы и господа, говорит старший бортпроводник!* Завершение коммуникации может быть маркировано в блогах как использованием этикетных тактик (благодарность и пожелание), так и при помощи апеллятивных тактик с прагматической интенцией увеличить число подписчиков. Ср.: ***Благодарю вас*** *за внимание и подписку, количество читателей уже перевалило за 6 тысяч, скоро, видимо, будем отмечать юбилей на канале. Промокод продолжает работать, не стесняйтесь, называйте, кофе получайте.* ***И всё будет хорошо!*** («Говорит старший бортпроводник»); ***Подписывайтесь, делайте репосты, рассказывайте*** *всем про «Злобный Биохимикум»...* («Злобный биохимик»).

Вопросно-ответные тактики являются самым распространенным способом ведения условного диалога с читателем. Чаще всего блогеры используют прием объективизации — вопрос, на который автор отвечает сам. При этом вопросная часть представляет собой либо реальный, либо гипотетический вопрос от адресата: *Кто же обслуживает пассажиров? Все. Каждый член экипажа. Почему двери передние и задние, вроде бы две, а номера с цифрой 3? Потому что есть аварийные люки, они считаются*

[1] Здесь и далее авторская орфография и пунктуация сохранены.

как вторая дверь. («Говорит старший бортпроводник»). Приём объективизации может иногда реализоваться как ответ на предполагаемый (невербализованный) вопрос: *То самое устройство, по которому я звоню в хвост, командиру, либо разговариваю с пассажирами.* ***(?) И нет, набрать номер не получится.*** *Только фиксированные сценарии использования* (пропущен предполагаемый вопрос, *можно ли пассажиру набрать номер*).

Запрос адресата на информацию может быть представлен в виде серии гипотетических вопросов от собеседника-неспециалиста (приём дубитации). Как правило, этот приём выполняет функцию зачина, обозначая тему статьи (поста) и может выступать как своего рода план дальнейшего повествования: *А как, интересно, проходит этот день в других странах? Неужели также громко и весело?* («Дневник ресторатора»). *Вы летали, наверняка, не раз. И сто процентов задавались вопросами:* ***а зачем снимать наушники? Зачем открывать шторку на иллюминаторе? Почему надо телефоны выключать?*** («Говорит старший бортпроводник»).

Как известно, вопросно-ответные приёмы диалогизации могут реализовывать **полемические тактики,** например, тактику опровержения. Одним из наиболее известных приёмов, имитирующих полемику в монологическом тексте, является гипофора — риторическая фигура, в которой приводят высказывание оппонента, а затем её опровергают. В анализируемых текстах адресант опровергаемой реплики, как правило, не конкретизирован, что позволяет представить ошибочную с точки зрения автора позицию как распространённую в непрофессиональной среде. Такой подход позволяет имплицитно акцентировать экспертный статус автора в соответствии с указанной коммуникативной моделью. Реплика оппонента может быть представлена в разных речевых формах: 1) как безапелляционное утверждение: *Из-за того, что самолет герметичный, там проще заразиться респираторным заболеванием.* («Говорит старший бортпроводник») (1); 2) как серия экспрессивных риторических вопросов, имплицитно отражающих позицию предполагаемого собеседника: *Что? Безалкогольное вино? Да ладно? Зачем?* (утверждение: безалкогольное вино не нужно) («Дневник ресторатора») (2); 3) как возможная реплика оппонента в эмоциональном устном разговорном диалоге: *Ой, да знаем мы, какие там врачи по ОМС! Коновалы! Только в крутейшем медцентре, где даже вход стоит месячную зарплату, нормальные врачи!* (утверждение: в платных медицинских центрах врачи лучше, чем в государственных медучреждениях) (3) («Злобный биохимик»). Обратим внимание на то, что, представляя позицию оппонента, автор не приводит возможную аргументацию в защиту данной позиции, для того чтобы его собственная точка зрения выглядела более убедительной и единственно правильной. В реплике-опровержении может присутствовать стилистически нейтральная или эмоционально-окрашенная негативная оценка истинности высказывания оппонента (*миф, чушь* и др.) и аргументация собственной точки зрения: ***Миф.*** *Самолёт, пусть и герметичный, но воздух туда поступает с улицы и сбрасывается снова на улицу, даже на высоте (1); Это, вообще говоря,* ***чушь.*** *Всё логично: клинической практики у врачей, работающих в системе ОМС, зачастую намного больше* (3). В примере (2) аргументация дана как ответ на прямой вопрос, несмотря на то, что позиция оппонента была представлена как серия риторических: *За тем же, зачем и безалкогольное пиво. Хочется поддержать компанию, просто почувствовать вкус вина. Вам надо потом за руль? Ради Бога!* (ответ на риторический вопрос как на прямой).

Для репрезентации сложной или неизвестной для адресата информации автор использует **тактику объяснения,** которая репрезентируется при помощи соответствующих прагматических клише: *объясню, расскажу, давайте разберемся* и т. п. Ср.: *Исходя из опыта сейчас* ***объясню*** *вам, какие блюда, на мой взгляд, должны быть в меню ресторана.* («Дневник ресторатора»). *...В самолетах мы работаем не по одному, и у каждого есть своя зона ответственности на борту, вот и* ***давайте расскажу,*** *что и как распределяется.* («Говорит старший бортпроводник»).

Поскольку адресат-неспециалист в рассматриваемых видах профессиональной деятельности выступает в качестве клиента (в широком смысле), адресант-специалист может регулировать отдельные аспекты поведения адресата в данной сфере деятельности, используя **инструктивные тактики.** Инструктивные тактики представлены в данных блогах несколькими типами высказываний. Так, это может быть моделирование гипотетической ситуации с участием адресата. В этом случае сначала следует описание ситуации с использованием местоимения вы *(вас не пускают...; вы сели в кресло),* затем инструкция, которая носит характер рекомендации или совета:

*Что делать, если **вас** не пускают в ресторан или кафе, не объясняя основания отказа? Не предоставляют соответствующего пункта внутренних правил, где эти причины прописаны? Всё очень просто: **вызывайте** полицию, **пишите** в прокуратуру и Роспотребнадзор. Есть стопроцентная возможность выиграть эту войну, которую начали, прошу заметить, не вы.* («Дневник ресторатора»); *Сели **вы** в кресло, подлокотники выглядят совершенно иначе, а столика в спинке впереди стоящего кресла нет. Тогда в самом подлокотнике этот столик и надо искать. **Открываем** крышку, **тянем и раскладываем** столик.* («Говорит старший бортпроводник»). Инструктивная тактика может быть реализована также как жесткий императив (приказ): *Сотню раз говорил, скажу ещё. Никаких сумочек, клатчей, портфельчиков и пакетиков на рядах с аварийными выходами. **Даже думать забудьте.*** («Говорит старший бортпроводник»); *Для жадных до ваших денег паразитогонщиков удобнее всего гнать воображаемых паразитов... **Не ведитесь** на их враньё...* («Злобный биохимик»). К императивной форме авторы, как правило, прибегают тогда, когда речь идет об опасных для читателя ситуациях, которые он может создать сам. Кроме того, инструктивная тактика может быть представлена как «антиинструкция» — ироническое предписание как не надо делать: *Карман довольно большой, поэтому, пожалуйста, не забудьте сложить туда ваши ценные вещи: паспорт, деньги, телефон, а при выходе из самолета их необходимо там забыть.* («Говорит старший бортпроводник»).

Таким образом, диалогические тактики, используемые автором блога в высказываниях, адресованных непосредственно читателю, акцентируют статус автора как эксперта (специалиста) в соответствии в указанной выше коммуникативной моделью.

Анализ речевого поведения комментатора

Все три рассматриваемых Дзен-канала активно комментируются читателями. В большей части случаев вторая сторона этого заочного диалога встраивается в заданную блогером схему. Иногда комментатор даже эксплицирует свою роль: *Я, конечно, не специалист; Я невежда во врачебном деле* и т. п. Но значительно чаще читатель поддерживает предложенный ему тип взаимоотношений, отмечая профессионализм и компетентность автора. Это делается преимущественно в рамках двух речевых ходов — благодарности и постановки вопроса.

Тактика благодарности в целом традиционна: подписчик использует стандартные этикетные формулы, иногда уточняя, за что именно признателен. Прежде всего к заслугам автора относят понравившиеся адресату интернет-публикации: ***Очень, очень интересно!;*** *Класс, **столько интересного** вы рассказываете!!!; Спасибо, было **интересно**!; Спасибо, **очень интересно. Серьёзный подход;** Умница! Ну, не все же читатели медики. А тут **просто и доступно;** Спасибо **за информацию;** Спасибо, **рассмешили**; Спасибо, **успокоили*** и т. д. Несколько реже благодарят за профессиональную деятельность: *Спасибо вам **за ваш труд!** Спасибо **за Вашу работу!*** К автору блога «Говорит старший бортпроводник» читатель обращается с таким, например, заявлением: *Летала недавно в Анталию с «Азур». Вас и Ваши статьи вспоминала. Хотелось бы с Вами полетать.* Автору же «Дневника ресторатора» сообщают о позитивных впечатлениях от посещения его заведения или использования рецепта: ***У Вас безупречные хостес.*** *Спасибо; Это **шедевр, а не салат.*** Иногда словесное выражение благодарности дополняется эмотиконом — стандартным средством эмоционально-фамильярной интернет-коммуникации [14, с. 150]: ☺; 👍☺; ☺☺☺ и т. п. С помощью смайлов обеспечивается интимизация диалога с человеком, с которым читатель незнаком лично, но чувствует психологическую близость.

Тактика **вопроса от дилетанта** предполагает апелляцию к знаниям и опыту автора. Вопросы можно условно подразделить на два вида. К первому относятся общие вопросы, касающиеся профессиональной сферы и жизни блогера в целом: *А бортпроводники всегда чередуются или работают командой? А если друг друга недолюбливают, ставят их в один рейс?; Интересно, какие у Вас десерты?; Вы книги не пробовали писать?* Вопросы такого рода встречаются нечасто, что вполне закономерно: поскольку стимулом для комментария является конкретный материал, читатели настроены на обсуждение не всей отраслевой проблематики, а отдельных сюжетов.

Ко второму виду, представленному значительно шире, принадлежат уточняющие вопросы и просьбы, непосредственно связанные с текстом публикации: *В Питере подскажите куда сходить на чебуреки?* («Дневник ресторатора», статья о чебуреках); *Паническая атака и тревожность как-то связаны?* («Злобный биохимик», статья о панических атаках); *Очень вас прошу опишите механизм работы антигистаминных*

препаратов («Злобный биохимик», статья о приеме антигистаминных препаратов во время ОРВ); *Как похудеть, если вес пришёл во время приёма пароксетина?* («Злобный биохимик», статья об интервальном голодании). Такие вопросы могут предваряться цитатой из размещённого выше текста: *«В случае, если вылет из заграничного аэропорта, там медконтроля для экипажей нет». А если бортпроводник накануне «подрался» с «змием», и от него разит перегаром? Откуда возьмут резерв? Или все-таки работает до прибытия, а «разбор полетов» уже дома?* («Говорит старший бортпроводник»). Этот приём способствует последующему восприятию читателями публикации в блоге и комментариев как единого диалогического макротекста.

Если вопросы, предполагающие ответ, задаются в рамках гармоничной коммуникативной стратегии, то **риторические вопросы** преобладают в комментариях, отражающих конфронтационную стратегию — принцип противостояния читателя автору блога: *А почему не планёрка, а какое-то чуждое слово-брифинг?* («Говорит старший бортпроводник», статья о предполетном брифинге); *Какая разница, где люди знакомятся?* («Дневник ресторатора», статья о том, как хостес выходят замуж за гостей ресторана); *Солянку променять на это хрючево?* («Дневник ресторатора», статья о супе «Том ям»); *Ну а без подстёгивания иммунного ответа нельзя?* («Злобный биохимик», статья о прививках).

Установка на конфронтацию максимально характерна для комментариев, ломающих исходную схему «профессионал — дилетант». Их авторы используют **тактику самопрезентации,** заявляя о том, что тоже входят в профессиональное сообщество, являются специалистами в той области, которую представляет блогер, имеют большой опыт работы и основательные знания по обсуждаемой проблеме: ***Двадцать лет отлетал.*** *В должности бригадира десять. АФЛ 1996–2016; Удачи, СБЭ.* ***Бывший коллега,*** *ныне ведущий инженер ДПЛГ* («Говорит старший бортпроводник»); *Я не гомеопат, но я* ***в своей практике*** *наблюдал действие некоторых гомеопатических лекарственных средств* («Злобный биохимик»). Интересно, что комментаторы-коллеги не характерны для блога «Дневник ресторатора», вызывающего интерес главным образом у посетителей, а не владельцев и сотрудников заведений общепита (редкое исключение — указание на собственную принадлежность к разряду кулинарных блогеров: *Я сегодня* ***приготовил*** *окрошку с селёдкой* ***для своего канала***). Однако нарушение принципа «профессионал — дилетант» происходит и здесь, просто автору канала противостоит не коллега, а постоянный посетитель ресторанов, полагающий, что глубоко знает данную индустрию.

Комментаторы-«конкуренты» склонны делать автору блога замечания, поправлять его — иногда в корректной, а иногда и в резкой, неуважительной форме: *Уважаемый СБЭ, крыло у самолёта одно (если это не биплан или, прости господи, триплан конечно). Есть две плоскости крыла,* ***стыдно авиатору не знать подобные вещи.*** *P.S. Мне кажется, что* ***Вы пишете сами для себя*** *и никак не реагируете на комментарии, кроме хвалебных разумеется* («Говорит старший бортпроводник»); *Написанное Вами — правда, но* ***это не вся правда.*** *Даже у нас в средней полосе обитают кровососущие комары нескольких родов — Aedes, Culex, Anopheles... У них могут быть разные стратегии пищевого поведения и разные степени использования имеющихся датчиков* («Злобный биохимик»); *Да это все* ***басни****. За 44 года жизни в ресторанах,* ***ни разу не встречалось.*** *Даже в простые советские времена. А басня и в те годы была* («Дневник ресторатора», статья о том, что посетители нередко выпивают воду для мытья рук); *С хорошей рыбы снимать кожу?! Вы наверно не ели хорошую рыбу* («Дневник ресторатора»).

Конфронтационная стратегия может использоваться и без отсылок к опыту и знаниям читателя. Одно из распространенных амплуа сегодняшней интернет-коммуникации — комментатор-скептик, саркастически оценивающий публикации, но не делающий замечаний по существу вопроса. Тотальное **ёрничество** (стеб), отмеченное В. Г. Костомаровым и Е. А. Земской в качестве одного из трендов в медиасфере 1990-х [10, с. 38, 53; 7, с. 23], сохраняется и сегодня, превратившись из формы противостояния «деревянному» советскому языку в своего рода ментально-речевое клише [19].

В комментариях ёрничество имеет отчетливо конфликтный характер, когда оно направлено на личность, идеи или стиль автора блога: *«В случае внезапной остановки именно это спасет вас от травмы». Это шютка юмора такая, я понял. Внезапная остановка в полёте — это когда в скалу в тумане влетели, тут ремень, боюсь, не поможет)* («Говорит старший бортпроводник», статья о правилах поведения на борту самолёта); *Видимо, какая-то «моська» больно кого-то цапнула)))* («Дневник ресторатора», статья о ре-

сторанных критиках, которых автор сравнивает с моськой, лающей на слона); *О! Пойду поем! Слыхала, голод успешно лечат пищей))* («Злобный биохимик», статья «Едой болезни не лечат! Лечат лекарствами»). Показательно, что комментаторы активно используют графические значки, указывающие на юмористический характер замечаний (некий аналог закадрового смеха на телевидении). Это может объясняться намерением застраховаться от удаления комментария в том случае, если он будет сочтен оскорбительным.

Не менее широко представлено и ёрничество, обращенное против явлений, о которых критически отзывается сам автор поста: *Повезло тому алконавту, что он летел уже домой. А то бы он впал в кому теперь уже от счёта, который бы ему выставила турецкая больница (насколько я знаю, состояния, вызванные алкогольным или наркотическим опьянением не покрываются трэвел-страховкой)!* («Говорит старший бортпроводник», статья о пьяных авиапассажирах); *Да всё просто. Дать «гурману» фартук и колпак и оправить на кухню. Пусть готовит себе сам!* 😎 («Дневник ресторатора», статья о капризах посетителей); *Обучение в этой школе должно оплачиваться водой с памятью денежных купюр* («Злобный биохимик», статья о мошеннической школе гомеопатии). В подобных случаях ирония и сарказм используются как средство солидаризации с блогером.

Есть, наконец, и многочисленные примеры «чистого ёрничества», когда комментатор демонстрирует остроумие, как будто забыв о проблемах, затронутых в статье и просто формально отталкиваясь от её тематики: *Удивительный этот документ пилотское... На водительском есть фото владельца, речные права, удостоверение железнодорожника... А тут у всех фото одного владельца- Жуковского!! И ведь в ФАП-128 в разделе свидетельства членов экипажа нигде про паспорт ни слова. Так что только Жуковский у нас имеет право летать* 😂😂 («Говорит старший бортпроводник»); *Ёпрст... Только хотел критикнуть, что в названии стейка ошибка. Правильно — РУбай, а не какой-то непонятный — РИбай. Примеры: «Пошёл рУбать», «ПорУбал от пуза»... Где здесь наблюдается Рибай?* («Дневник ресторатора»); *А человечки с шоколадными головками вкусные?* («Злобный биохимик», статья проиллюстрирована фотографией пластмассовых фигурок, у некоторых из которых волосы цвета шоколада). В отличие от двух предыдущих вариантов, подобные шуточные высказывания практически не участвуют в диалогизации макротекста, включающего в себя пост и комментарии. Однако их можно рассматривать в качестве строевых элементов «макро-макро-текста» современных медиа, поскольку они вносят определённый вклад в формирование его общей саркастической тональности.

Присутствует в макротексте «блог + комментарий» и **собственно диалог**, имеющий две основные формы.

1. Комментатор задает вопрос или делает замечание, а **блогер отвечает** на эту реплику. Такое взаимодействие, как и сами комментарии, может соответствовать принципам как гармоничной, так и конфронтационной коммуникации: *— Ой, мой любимый «бычок» на фото, RA-67158! Тут старое фото, видимо, ещё с другим бортовым. — Да, фотки не самые свежие, просто для понимания о каком ВС идёт речь); — Злобный биохимик, вы удивительные душевный и культурый автор, а сколько ему платят за такие явно заказные статейки? — Это ж надо — в одном комментарии и сразу столько ошибок. Понятно, что антиваксерство даром не проходит, интеллект страдает...*

Показательно, что все блогеры, чьи каналы были проанализированы, часто игнорируют добросовестные конкретные вопросы читателей, но живо реагируют на словесные провокации (троллинг) и вступают в конфликтный диалог (флейминг), который характеризуется «установкой коммуникантов на конфликтное общение, не имеющее прагматической цели» [5, с. 115]. Вероятно, в коммуникативной ситуации «блогер — комментатор» о долгосрочной прагматической перспективе говорить все-таки можно: перебранка, как и любая другая форма публичного конфликта, привлекает внимание [15], а следовательно, способствует расширению аудитории канала.

2. **Диалог** возникает **между комментаторами**, причем может иметь несколько уровней, что формирует дискурсивную глубину материала [4]:

Клара Росс. Интересно, способна ли женщина создать нечто принципиально новое?

Paju Suuret. Клара Росс, актриса Хеди Ламарр придумала Wi-fi... А Джозефина Кокрейн создала первую посудомоечную машину. ну и т .д.

yepestis. Клара Росс, человек в принципе не способен придумать или создать что-то абсолютно новое, чего раньше не было. От пола это не зависит.

Келаврик. yepestis, Спорный тезис. Абсолютно новое очень даже можно создать. Притом абсолютно бессмысленное новое.

Последним в типологии комментариев следует упомянуть высказывание, выдержанное в манере «немного о себе». Как и упоминавшиеся выше «шутки ради шутки», подобные реплики слабо связаны с основным текстом. Они содержат воспоминания или автохарактеристики читателей, использующих комментаторскую ленту как страницы личного дневника: *Я не езжу в отпуск летом.* ***Не люблю*** *жару и огромные толпы людей в аэропортах и на вокзалах* («Говорит старший бортпроводник»); ***Терпеть не могу*** *икру. вот она лопается, эта икринка и из нее сок противный выливается. фуу и бее. даром не нужна, ни красная, ни черная. ем тока кабачковую. хотя в семье любят все красную, кроме меня* («Дневник ресторатора»; *Из-за жары на улице и в комнате моё всегда открыто. И вот эти два дня я игнорировала этот факт и теперь* ***не могу нормально уснуть*** *из-за кашля. В городе дышать нечем* («Злобный биохимик»). Однако внешняя антидиалогичность таких реплик не означает их абсолютной нерелевантности для интернет-общения. Напротив, они компенсируют некоторую объективную ущербность диалога в медиа, в котором роли участников несимметричны, и порождают у аудитории иллюзию коммуникативного равноправия, которое может оказаться одним из важнейших оснований для читательской лояльности по отношению к тому или иному интернет-каналу.

Заключение

Анализ текстов блогов, связанных с профессиональной деятельностью автора, и комментариев к ним показал, что и адресант (автор блога) и адресат (комментатор) ориентированы на активное диалогическое взаимодействие. Несмотря на специфику интернет-коммуникации (дистантность, асинхронность, неопределённость адресации и др.), речевые тактики, реализующие речевое поведение автора блога, полностью соответствуют коммуникативной модели диалогического взаимодействия «специалист — неспециалист» (полемические, инструктивные, объяснительные и др. тактики). Это можно объяснить тем, что автор выступает в качестве инициатора общения (адресанта), а текст поста выполняет функцию реплики-акции в диалогическом взаимодействии с адресатом (читателем, комментатором). Речевое поведение комментаторов может как строиться в соответствии с предложенной моделью (тактики благодарности, вопросы к специалисту и др.), так и выходить за рамки данной модели (тактика самопрезентации, опровержение профессиональной информации, диалог с другими комментаторами и пр.). Следовательно, комментаторский текст в целом, если рассматривать его как реплику-реакцию, с одной стороны, соответствует параметрам реального диалогического взаимодействия, с другой — отражает специфику интернет-общения с отсутствием жёстких ролевых установок и иллюзией равноправия.

В дальнейшем предполагается рассмотреть специфику диалогического взаимодействия в рамках других коммуникативных моделей на материале как блогов, так и других интерактивных медиа.

Список источников

1. Алексеева А. О. Новые интерактивные медиа в контексте теорий информационного общества: автореф. дис. ... канд. филол. н. М., 2006. 24 с.

2. Агафонова О. В. Диалогичность и интертекстуальность в блогах // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2016. № 6 (110). С. 107–113.

3. Баженова Е. А., Иванова И. А. Блог как интернет-жанр // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2012. Вып. 4 (20). С. 125–131.

4. Басовская Е. Н. Дискурсивная глубина как типологический признак медиатекста // Дискурс-Пи. 2020. Т. 17. № 1 (38). С. 21–33.

5. Воронцова Т. А. Троллинг и флейминг: речевая агрессия в интернет-коммуникации // Вестник Удмуртского университета. Серия История. Филология. 2016. Т. 26. № 2. С. 109–116.

6. Горшкова Е. И. Блог как вид интернет-коммуникации: автореф. дис. ... канд. филол. н. Санкт-Петербург, 2013. 22 с.

7. Земская Е. А. Русский язык конца XX столетия (1985–1995). Введение. М.: Языки русской культуры, 1996. С. 9–31.

8. Колокольцева Т. Н. Проблемы изучения диалогической коммуникации и специфика интернет-диалогов (на материале блога) // Культура и текст. 2021. № 1 (44). С. 197–215

9. Колокольцева Т. Н. Диалогичность в жанрах интернет-коммуникации (чат, форум, блог) // Жанры речи. 2016. № 2. С. 96–104.

10. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. М.: Педагогика-пресс, 1994. 247 с.

11. Кочеткова М. О. Жанровая динамика дискурса блогосферы: социолингвистический аспект: автореф. дис. ... канд. филол. н. Томск, 2016. 22 с.

12. Лазуткина Е. В. Проблемно-объектный комплекс регулирования новостной информации в блогосфере Рунета: автореф. дис. ... канд. филол. н. Краснодар, 2010. 23 с.

13. Лутовинова О. В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса. Волгоград: Перемена. 2009. 477 с.

14. Моисеенко Л. В. Модализация сообщения в социальных сетях // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018. № 17 (815). С. 140-153.

15. Палагина И. В., Бурдовская Е. Ю. Эпатаж и скандал как инструмент формирования общественного мнения в СМИ // Гуманитарные и социальные науки 2018. № 1. С. 139–148.

16. Панюшева М. М. Блогосфера: традиционные СМИ vs нетрадиционные // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2010. № 4. С. 106–122.

17. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж, 2001. 252 с.

18. Тырникова Н. Г. Общее и специфически национальное в речевом этикете (на материале русского и английского языков): дис. ... канд. филол. н. Саратов, 2003. 143 с.

19. Хазагеров Г. Г. Стеб как социально-культурный феномен: «культурная самооборона» или «нравственная амбивалентность»? // Коммуникативные исследования. 2023. Т. 10. № 3. С. 474–486.

References

1. Alekseeva AO. New interactive media in the context of information society theories. Moscow; 2006. 24 p. (In Russ.).

2. Agafonova OV. Dialogicality and intertextuality in blogs. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta.* 2016;(6):107-113. (In Russ.).

3. Bazhenova EA, Ivanova IA. Blog as an Internet genre. *Vestnik Permskogo universiteta. Rossijskaya i zarubezhnaya filologiya.* 2012;4(20):125-131. (In Russ.).

4. Basovskaya EN. Discursive depth as a typological feature of a media text. *Diskurs-Pi.* 2020;17(1(38)):21-33. (In Russ.).

5. Voroncova TA. Trolling and flaming: speech aggression in Internet communication. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Istoriya. Filologiya.* 2016;26(2):109-116. (In Russ.).

6. Gorshkova EI. Blog as a type of Internet communication. St. Petersburg; 2013. 22 p. (In Russ.).

7. Zemskaya EA. The Russian language of the late twentieth century (1985–1995). Introduction. Moscow; 1996: 9–31. (In Russ.).

8. Kolokol'ceva TN. The problems of studying dialogic communication and the specifics of Internet dialogues (based on the material of blogs). *Kul'tura i tekst.* 2021;(1(44):197-215 (In Russ.).

9. Kolokol'ceva TN. Dialogicality in the genres of Internet communication (chat, forum, blog). *Zhanry rechi.* 2016;(2):96-104. (In Russ.).

10. Kostomarov VG. The linguistic taste of the era. From observations on the speech practice of the mass media. Moscow; 1994. 247 p. (In Russ.).

11. Kochetkova MO. Genre dynamics of blogosphere discourse: sociolinguistic aspect. Tomsk; 2016. 22 p. (In Russ.).

12. Lazutkina EV. The problem-object complex of regulating news information in the Runet blogosphere. Krasnodar; 2010. 23 p. (In Russ.).

13. Lutovinova OV. Linguistic and cultural characteristics of virtual discourse. Volgograd: Peremena 2009. 477 p. (In Russ.).

14. Moiseenko LV. Modalization of a message on social networks. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki.* 2018;(17):140-153. (In Russ.).

15. Palagina IV, Burdovskaya EYu. Shocking and scandal as a tool of shaping public opinion in media. *Gumanitarnye i social'nye nauki.* 2018;(1):139-148. (In Russ.).

16. Panyusheva MM. Blogosphere: Traditional media vs non-traditional. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Zhurnalistika.* 2010;(4):106-122. (In Russ.).

17. Sternin IA. Introduction to speech influence. Voronezh; 2001. 252 p. (In Russ.).

18. Tyrnikova NG. The general and specifically national in speech etiquette (based on the material of Russian and English languages). Saratov; 2003. 143 p. (In Russ.).

19. Hazagerov GG. Banter as a socio-cultural phenomenon: “cultural self-defense” or “moral ambivalence”? *Kommunikativnye issledovaniya.* 2023;10(3):474-486. (In Russ.).

Информация об авторах

Е. Н. Басовская — доктор филологических наук, доцент, заведующая кафедрой медиаречи.

Т. А. Воронцова — доктор филологических наук, профессор кафедры теоретического и прикладного языкознания.

Information about the authors

E. N. Basovskaya — Doctor of Philology Sciences, Professor, Head of Department of Media Speech.

T. A. Vorontsova —Doctor of Philology Sciences, Professor of Department of Theoretical and Applied Linguistics.

Статья поступила в редакцию 10.05.2024; одобрена после рецензирования 13.06.2024; принята к публикации 24.09.2024.

The article was submitted 10.05.2024; approved after reviewing 13.06.2024; accepted for publication 24.09.2024.

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.

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 59–67.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):59-67.

Научная статья

УДК 81

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-59-67

ОСОБЕННОСТИ ХЕДЖИРОВАНИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ СПОРТИВНОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РЕПОРТАЖЕЙ ФОРМУЛЫ-1)

Гаянэ Рубеновна Власян[1]✉**, Юлия Дмитриевна Шкода**[2]

[1] Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, vlasyanGR@yandex.ru, 0000-0002-4753-7417

[2] Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, shkoda_julietta@mail.ru

Аннотация. Данная статья посвящена анализу особенностей использования хеджирования в англоязычном спортивном дискурсе на материале репортажей Формулы-1. Спортивные комментаторы играют важную роль в освещении всевозможных спортивных событий. Сухая констатация фактов и простое описание происходящего на спортивной арене не привлечёт большое количество зрителей. Требовательного реципиента необходимо увлечь чем-то интересным, запоминающимся. Компетентные комментаторы-аналитики высказывают свою точку зрения, делятся яркими эмоциями, делают предположения, устанавливают причинно-следственные связи, помогают зрителям прочувствовать саму суть спортивного ивента. Всё это помогает спортивным комментаторам оказать непосредственное влияние на адресата коммуникации — зрителя. Цель спортивного комментатора — поддержать интерес к спортивному событию, сделать его незабываемым для болельщиков, разбудить в них настоящих фанатов. Такие зрители с большей вероятностью захотят вновь присоединиться к просмотру очередной прямой трансляции спортивного события. Вовлечённость реципиента напрямую зависит от способа подачи комментатором информации. Использование хеджей в спортивном дискурсе позволяет комментатору «обезопасить» себя, снизив собственную ответственность за высказывание, сделать его более вежливым и менее категоричным, избежать возможных конфликтов и недопонимания в процессе коммуникации. Хеджи снижают иллокутивную силу высказывания, позволяя гармонизировать процесс общения, что является определяющим моментом для выстраивания эффективной коммуникации спортивного комментатора с болельщиком. В результате исследования было выявлено, что самыми частотными классами хеджей в англоязычном спортивном дискурсе являются хеджи-правдоподобия и адаптеры. Наименее востребованными подклассами хеджей являются атрибутивные хеджи и раундеры.

Ключевые слова: спортивный дискурс, лингвистическое хеджирование, хедж, нечёткий язык, спортивный комментарий, комментатор

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

Для цитирования: Власян Г. Р., Шкода Ю. Д. Особенности хеджирования в англоязычном спортивном дискурсе (на материале репортажей Формулы-1) // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 59–67. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-59-67.

Original article

HEDGING IN ENGLISH SPORTS DISCOURSE (ON THE MATERIAL OF FORMULA-1 RUNNING COMMENTARIES)

Gayane R. Vlasyan[1]✉**, Yulia D. Shkoda**[2]

[1] Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, vlasyanGR@yandex.ru, 0000-0002-4753-7417

[2] Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, shkoda_julietta@mail.ru

Abstract. This article discusses the use of hedging in sports discourse on the material of Formula 1 Running commentaries. Sports commentators play an important role in covering all kinds of sports events. A mere statement of facts and a simple description of what is happening in the sports arena will not attract a large number of viewers.

© Власян Г. Р., Школа Ю. Д., 2024

A demanding recipient must be captivated by something interesting and memorable. Competent commentators-analysts express their point of view, share vivid emotions, make assumptions, establish cause-and-effect relationships, help viewers feel the very essence of the sports event. All this helps sports commentators have a direct impact on the addressee of communication - the viewer. The goal of a sports commentator is to maintain interest in a sporting event, make it unforgettable for fans, and awaken true fans in them. Such viewers are more likely to watching the next live broadcast of a sporting event. The recipient's involvement directly depends on the way the commentator presents information. The use of hedges in sports discourse protects the commentator by reducing responsibility for their statements, make them less categorical and more polite, avoid possible conflicts and misunderstandings in the communication process. Hedges mitigate the illocutionary force of the utterance, allow for smoother communication and foster a more harmonious exchange between the commentator and the audience. As a result of the study, we state that the most frequent classes of hedges in sports discourse are plausibility hedges and adapters. The least popular subclasses are attribution hedges and rounders.

Keywords: sports discourse, linguistic hedging, hedge, fuzzy language, sports commentary, commentator

Acknowledgments. This research was financially supported by the Foundation for Advanced Scientific Research of CSU 2024.

For citation: Vlasyan GR, Shkoda YuD. Hedging in English sports discourse (on the material of Formula-1 Running commentaries). *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;(8(490):59-67. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-59-67.

Введение

Развитие спортивного сектора происходит стремительными темпами, поскольку спорт является важной составляющей жизни каждого человека. Миллионы зрителей следят за спортивными событиями: выбирают кумиров, поддерживают любимых спортсменов и национальные сборные, посещают матчи и гонки. Благодаря прямым трансляциям стать частью спортивного события теперь можно не выходя из дома. Спортивные комментаторы, в свою очередь, прикладывают максимум усилий, чтобы зритель смог с головой погрузиться как в сам спортивный ивент, так и в происходящее на экране.

Актуальность исследования обусловлена стремительным развитием спортивного сектора и постоянно повышающимся интересом к спортивному дискурсу. Однако необходимо отметить, что в рамках спортивного дискурса такой феномен, как хеджирование, изучен недостаточно.

В настоящей статье предлагается рассмотреть особенности хеджирования в речи британских спортивных комментаторов телеканала Sky Sports Дэвида Крофта и Мартина Брандла на материале репортажей гонок Формулы-1.

Для исследования были выбраны спортивные репортажи гонок Формулы-1 сезона 2021 года, транслируемые сайтом «Full Races». Объём исследуемого материала составил 2640 минут. Минимальной единицей исследования является хедж. Всего было проанализировано 733 хеджа.

Спортивная трансляция есть коммуникативный процесс, происходящий между спортивным комментатором и зрителями-болельщиками, находящимся по другую сторону экрана.

Процесс комментирования спортивного события включает в себя несколько важных аспектов: стимулирование появления интереса к спортивному ивенту и поддержание вовлечённости реципиента в происходящее. Реализация данных задач происходит посредством исключительно вербальных средств. Реципиент не видит всей картины, в равной степени, как и сам репортёр: в случае возникновения непредвиденной ситуации необходимо дождаться повтора определённого момента, сопоставить факты, проанализировать ситуацию, причины её возникновения и возможные последствия для всего спортивного события. Это достигается общими усилиями зрителя и комментатора, который старается удержать внимание реципиента.

Современного спортивного комментатора нельзя назвать простым информатором. Согласно К. В. Сняткову, комментатор — это «субъект спортивного дискурса, его речь транслирует смыслы, которые конструируют спортивную деятельность, но главная задача — сделать спортивное событие интересным для зрителя» [2].

Наличие информационной подготовки как адресанта, так и адресата коммуникации обусловлено спецификой языка спортивного комментария. Коммуникация между комментатором и зрителем станет возможной и понятной только при наличии общего «фонда знаний» [1].

С лингвистической точки зрения жанр спортивного комментария представляет собой сплав спонтанной и частично подготовленной речи.

Одновременная работа сразу двух комментаторов — достаточно распространённый формат спортивного репортажа в Формуле-1.

За счёт этого в некоторой степени снимается нагрузка с обоих комментаторов, в то время как у зрителя появляется возможность проанализировать гоночный инцидент, беря во внимание мнение двух компетентных аналитиков. В основе комментариев Дэвида Крофта и Мартина Брандла лежит частично подготовленная монологическая речь, которая, несмотря на свою форму, подразумевает последующую двустороннюю коммуникацию. Диалогическое взаимодействие с аудиторией напрямую влияет на успешность речевого воздействия комментатора на зрителя.

Необходимо подчеркнуть, что для освещения такого динамичного вида спорта, как Формула-1, современные спортивные комментаторы стараются использовать всевозможные языковые средства, чтобы ярко описать каждый Гран-при. Важно не просто заинтересовать зрителя, но и создать ощущение полного погружения в атмосферу гонок, позволив реципиенту испытать весь спектр эмоций, словно зритель вживую наблюдает за происходящим. Комментаторы сталкиваются с непростой задачей: удержать неизвестного адресата коммуникации с помощью исключительно вербальных средств.

В современном мире люди стараются сделать процесс обмена информацией более мягким и тактичным. Важно понимать, что не всегда прямое выражение своих мыслей является лучшей стратегией общения. Стремление людей звучать менее агрессивно и более вежливо обусловлено желанием избежать возможные конфликты и недопонимания. Одним из способов реализации данной цели в процессе коммуникации является лингвистическое хеджирование.

Теоретические основы исследования хеджирования

Хеджирование оказалось в поле зрения исследователей сравнительно недавно. Данное языковое явление привлекло внимание зарубежных лингвистов, однако, в отечественной лингвистике оно только набирает обороты.

Впервые концепция хеджирования оказалась в центре внимания лингвистов в начале 70-х гг. прошлого века благодаря работе американского ученого Дж. Лакоффа, который определяет хеджи как «слова, значения которых имплицитно подразумевают неясность; слова, функция которых заключается в том, чтобы представить вещи более или менее неясными» [9, с. 471]. Автор относит к хеджам следующие слова и словосочетания: *«sort of, kind of, rather, somewhat, mostly, technically, strictly speaking, essentially, basically, loosely speaking, more or less, relatively, particularly, literally, in a sense, in a way, etc»* [9, с. 472].

В основе работы Дж. Лакоффа лежит теория нечётких множеств (fuzzy sets) американского математика Л. Заде, где ключевым понятием является функция принадлежности. Согласно данной теории не все элементы имеют чёткие критерии принадлежности. Чаще всего элементы могут частично принадлежать множеству [15].

По мнению Дж. Лакоффа, границы языковых концептуальных категорий нечеткие, и принадлежность к этим категориям выражается не абсолютно, а градуально. Автор данной теории считает, что хеджи уместно использовать в отношении удалённых от прототипа понятий. Например, малиновка для большинства носителей английского языка является более характерным представителем категории «птица» (прототипом), чем пингвин. Поэтому утверждение «Малиновка — это что-что вроде птицы» — ложно (вне всякого сомнения, это птица), а «Пингвин — это что-то вроде птицы» — истинно или близко к истине [9, с. 471].

П. Браун и С. Левинсон, углубляясь в изучение феномена лингвистического хеджирования, предлагают рассматривать хеджи как «элементы, способные модифицировать степень принадлежности предиката или именной группы к классу» [3, с. 145].

Салагер-Мейер указывает на то, что хеджирование «связано с намеренной неопределённостью и неуверенностью, что способствует усилению языковой размытости» [12, с. 150].

В дальнейших работах в области хеджирования фокус исследователей сместился с семантической стороны рассмотрения данного явления в сторону прагматических аспектов [4; 6; 13; 5; 14].

В. Намсараев, исследуя категорию хеджирования, подчеркивает, что посредством добавления в предложение определённых модификаторов (хеджей), мы можем придать высказыванию нечеткую / субъективную окраску [10]. Благодаря данному приёму минимизируется негативная реакция слушателя, а говорящий, в свою очередь, защищается от возможной критики.

К. Хайленд отмечает, что «хеджирование можно отнести к любым лингвистическим средствам, которые используются либо для того, чтобы показать неполную принадлежность к истинностному значению сопутствующей пропозиции, либо с целью категоричного выражения принадлежности» [7, с. 1].

В рамках теории вежливости П. Браун и С. Левинсона хеджирование заключается в использовании определённых слов и сочетаний как средств, сохраняющих «лицо» собеседника и направленных на гармонизацию речевого взаимодействия [3].

В качестве базы для проведения лингвистического анализа американский лингвист Э. Принс использовала диалоги врачей, что позволило классифицировать хеджи и выделить два класса: аппроксиматоры (approximators) и преграды (shields) [11]. Хеджи-аппроксиматоры используются в случаях, когда говорящий пытается соотнести фактическую ситуацию с прототипичной. Хеджирование будет указывать на то, что реальная ситуация была близка к прототипичной, но не точной. Данные хеджи оказывают влияние на условие истинности всей пропозиции. Добавление аппроксиматора к пропозиции снижает степень её истинности.

Хеджи-преграды, в отличие от аппроксиматоров, не затрагивают условия истинности пропозиции. Хеджи, входящие в данный класс, указывают на отношение говорящего к пропозиции и показывают степень приверженности говорящего к ее истинности [11].

Хеджи-аппроксиматоры делятся на два подкласса: адаптеры (adaptors) и раундеры (rounders). Первые влияют на пропозициональное содержание, адаптируя термин, удалённый от прототипа, под ситуацию.

Преграды (shields) также делятся на два подкласса — хеджи правдоподобия (plausibility hedges) и атрибутивные хеджи (attribution hedges). Хеджи правдоподобия — слова или выражения, указывающие на истинность последующей пропозиции с точки зрения говорящего. Атрибутивные хеджи — это слова или выражения, которые опосредованно указывают на отношение говорящего к пропозиции [11].

Результаты исследования

Основой для проведения исследования послужила классификация хеджей, предложенная Э. Принс.

Общая количественная оценка наиболее часто используемого класса хеджей в англоязычном спортивном дискурсе проводилась посредством применения количественного приёма подсчёта данных

По результатам исследования наиболее часто используемым классом хеджей в рамках англоязычного спортивного дискурса являются хеджи-преграды, которые служат показателем отношения говорящего к истинности пропозиции. (рис 1).

Хеджи-преграды. Проведённый анализ показывает, что лидирующими в рамках хеджей-преград являются хеджи правдоподобия. Частота применения атрибутивных хеджей значительно ниже (рис. 2).

Хеджи правдоподобия. В своём исследовании мы выделяем ряд лексических и синтаксических средств, которыми могут быть выражены хеджи правдоподобия в спортивном дискурсе.

Обсуждая возможное сокращение отрыва Льюиса Хэмилтона от Серхио Переса на Гран-при Мексики, Дэвид Крофт, используя хедж правдоподобия, выраженный эпистемическим глаголом *to suppose,* предполагает, что текущий расклад дел может оказать влияние на гонщика команды Мерседес: ***I suppose,*** *even if they don't do undercut, even if Perez doesn't eventually get ahead Hamilton at this stage of race, it's giving Hamilton something to think about, putting the pressure on him* [Formula-1 2021, URL].

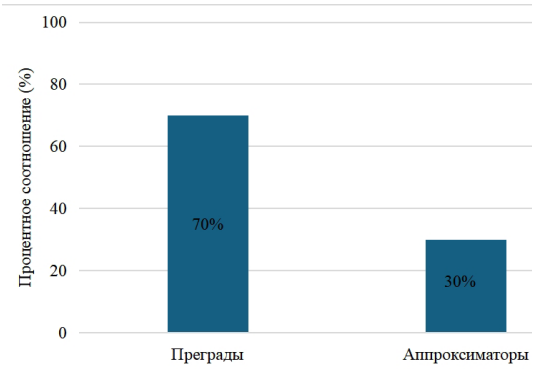


Рис. 1. Процентное соотношение хеджей в англоязычном спортивном дискурсе
Fig. 2. Hedge percentage in English-language sports discourse

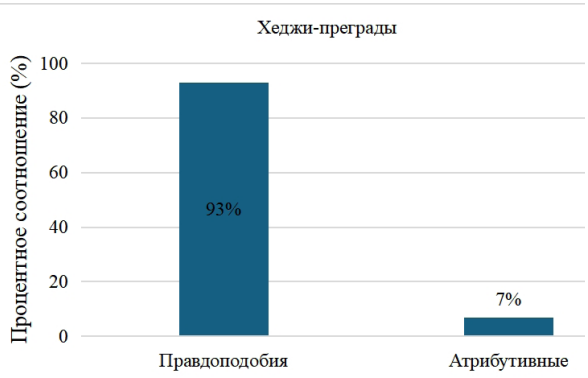


Рис. 2. Процентное соотношение хеджей-преград в англоязычном спортивном дискурсах
Fig. 2. Percentage of hedges in English sports discourse

Субъективность мнения комментатора в данном фрагменте подчеркивается с помощью хеджа *I suppose*, что позволяет ему «обезопасить» себя, снизив собственную ответственность за высказывание.

Самым обсуждаемым моментом Гран-при Испании стала авария Льюиса Хэмилтона и Макса Ферстаппена. Во время просмотра повтора гоночного инцидента, британские комментаторы размышляют о том, на ком из пилотов лежит вина и почему так случилось: ***I think*** *it'll go down as a racing incident.* ***I believe*** *Verstappen had the right to go around the outside and they've just met in the middle there /* ***I think****, if you can argue anything, Lewis didn't leave him a car's width around the outside. He was, you know, almost fully alongside as you can see from that angle* [Formula-1 2021, URL].

Как можно заметить, хеджи *I think, I believe* позволяют говорящему чётко изложить собственное мнение, но при этом избежать категоричности в своем утверждении.

Представим продемонстрированные выше примеры без хедж-обработки:

~~***I think***~~ *it'll go down as a racing incident.* ~~***I believe***~~ *Verstappen had the right to go around the outside and they've just met in the middle there /* ~~***I think***~~*, if you can argue anything, Lewis didn't leave him a car's width around the outside. He was, you know, almost fully alongside as you can see from that angle* [Formula-1 2021, URL].

Высказывания без использования хеджей однозначны — коммуникант уверен в точности предоставляемой информации.

Субъективность пропозиционального содержания подчёркивается с помощью модальности полагания. Данный тип модальности, как правило, маркирован такими лексическими единицами как *I think, I mean, I find, I guess, I assume, I believe, I suppose* и т. д. Необходимо отметить, что, употребление хеджа *I think*, ставшего конвенциональным, связано со стремлением комментаторов снять с себя ответственность за пропозицию, не претендуя таким образом на абсолютную истинность высказывания.

Сказать с уверенностью о каком-либо событии по ходу гонки трудно, потому что положение дел достаточно непредсказуемое. Комментаторы очень часто высказывают предположения относительно того, что произойдет на гоночном треке дальше: *So Alonso… Where does he come out onto the track?* ***Probably****, this is going to be a lot of cars ahead of him and close to him / Gasly's tires look horrible. So, he's pitting* ***presumably*** *quite soon / It's quite important because if the stewards do decide it's one driver or the other's fault, they'll* ***probably*** *take a grid penalty into the next round* [Formula-1 2021, URL].

Как видно из примеров очень часто хеджи правдоподобия бывают выражены наречием:

Then Giovinacci comes back on the track in an unsafe manner. Charles ***probably*** *could have and should have read that* [Formula-1 2021, URL].

На Гран-при Италии Льюис Хэмилтон решает стартовать на шинах, отличных от тех, что выбрали остальные. Мартин Брандл обращает внимание на этот момент и высказывает предположение о том, какие ожидания от начала гонки могут быть у команды Мерседес:

They are hoping he can hold position and then pump some laps in while others, ***maybe*** *even McLaren, for example are busy.* ***Maybe*** *that's what it's about* [Formula-1 2021, URL].

В определённый момент гонки на Гран-при Италии появились жёлтые флаги, указывающие на то, что на трассе произошёл какой-то инцидент. Однако, когда такое случается, операторы достаточно быстро реагируют и показывают, что именно случилось. В данной гонке жёлтые флаги не убирали, но ничего и не произошло. Все болиды оставались на трассе, не было столкновений / летящих обломков. Британские комментаторы недоумевали и высказывали предположения относительно того, что могло произойти:

Anyway, ***maybe*** *the marshalls were just replacing one of those polystyrene blocks that Nikita Mazepin had taken out of the chicane* [Formula-1 2021, URL].

Данные хеджи реализуют модальность допущения, подчеркивают вероятностный характер пропозиционального содержания. Модус допущения может быть маркирован следующими лексемами: *perhaps, probably, possibly, may be, presumably.*

Существуют также специфические средства выражения хеджей правдоподобия, например, разделительные вопросы. Обсуждая гоночный инцидент на Гран-при Мексики, комментаторы пересматривают фрагмент с участием болидов Серхио Переса и Валттери Боттаса. И хотя мексиканец уже извинился за поддевание болида соперника, на реплее видно, что вина не его. Комментаторы подмечают этот момент и предлагают реципиенту присмотреться внимательнее и порассуждать: *It wasn't Perez,* ***was it****? It wasn't Perez who spun him around. It was the McLaren* [Formula-1 2021, URL].

Мы отмечаем достаточно частое появление данного хеджа в речи Дэвида Крофта

и Мартина Брандла. Использование разделительных вопросов обусловлено попыткой комментаторов обратиться как друг к другу, так и к зрителям с целью вовлечения в обсуждение: *Yeah, it cost Vettel dearly,* ***isn't it****? / But this of course is what we saw in the sprint,* ***isn't it****? / This is really key,* ***isn't it****? The fact that Verstappen cannot romp off down the road* [Formula-1 2021, URL].

Иногда комментаторам не удаётся точно интерпретировать и чётко объяснить зрителям то, что происходит на гоночном треке. Неуверенность одного из репортёров может заключаться в том, что он попросит разъяснения у другого комментатора. Например, обсуждая проблемы Валттери Боттаса с маневрированием и его выезд за пределы трассы, Мартин Брандл, используя хедж-преграду, выраженный отрицательной конструкцией, ставит под сомнение траекторию возвращения на трассу. Дэвид Крофт, в свою очередь, предлагает поразмыслить над этим моментом:

*"****Shouldn't he*** *have gone high left like Mick Schumacher?"*

"You could argue". [Formula-1 2021, URL].

Из вышесказанного следует, что комментаторы Формулы-1 стремятся сделать свою речь неточной и менее категоричной посредством использования хеджей правдоподобия. Хеджирование помогает избежать возникновения недопонимания в процессе коммуникации как между самими комментаторами, так и между комментаторами и зрителями.

Атрибутивные хеджи. На основе проведённого анализа мы можем заключить, что атрибутивные хеджи не являются актуальным способом митигации для снижения коммуникативных рисков в процессе комментирования.

Атрибутивные хеджи чаще выражаются при помощи конструкций *существительное / имя собственное / местоимение + глагол.*

Иногда комментаторы пытаются снять с себя ответственность и отгородиться от возможных последствий своих коммуникативных действий. В контексте беседы на разные темы комментаторы могут ссылаться на чьи-то слова / мнение.

Гран-при Италии 2021 года отметился большим количеством гоночных инцидентов, последствия которых необходимо было обсудить:

No investigation necessary in that incident at the De la Rosa chicane between Lewis Hamilton and Max Verstappen, ***say the stewards*** [Formula-1 2021, URL].

Зачастую комментаторы приводят слова самих гонщиков или инженеров команд в качестве объяснения тех или иных гоночных ситуаций:

It was just that problem with the front suspension. It was undriveable. ***He said*** *he could not continue. So, they had no option but to retire him,* ***they said*** [Formula-1 2021, URL].

Мы видим, что использование хеджей **he said** и **they said** исключает появление оценочных суждений самого говорящего. Он передаёт информацию и только косвенно выражает приверженность к пропозиции, стремясь максимально избежать включения в свою речь личностных оценок и суждений. Хеджирование позволяет сделать речь более убедительной, поскольку говорящий таким образом может сделать отсылку на более компетентное лицо. Благодаря данной стратегии говорящий может самостоятельно регулировать степень ответственности за пропозицию.

Хеджи-аппроксиматоры. Использование хеджей-аппроксиматоров продиктовано попыткой говорящего соотнести фактическую ситуацию с прототипичной.

Полученные данные позволяют нам сделать вывод, что существует большая разница в процентном соотношении между используемыми подклассами хеджей-аппроксматоров в исследуемом дискурсе (рис. 3).

Хеджи-адаптеры. К средствам выражения хеджей-адаптеров в англоязычном спортивном дискурсе относятся наречия, аппроксиматоры качества и суффиксы, добавляющие оценочное значение.

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

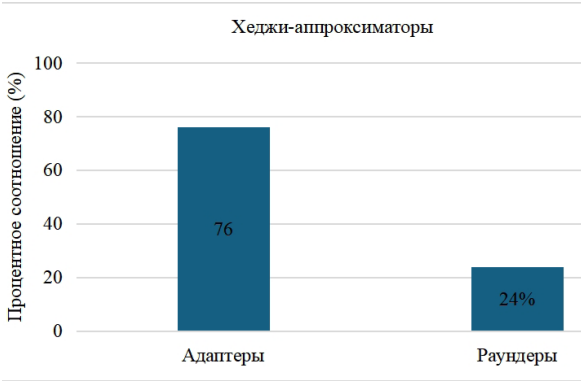


Рис. 3. Процентное соотношение хеджей-аппроксиматоров в англоязычном спортивном дискурсе
Fig. 2. Percentage of hedge approximators in English sports discourse

Хедж **sort of** размывает чёткость пропозиции и смягчает категоричность суждений.

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

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

Отмечаем также достаточно частое использование комментаторами аппроксиматора a (little) bit (of): *So Verstappen was* ***a little bit*** *locked up going in there. / And Esteban Icon is under* ***a bit of*** *threat from Valtteri Bottas as well. / So that to me indicates just* ***a little bit of*** *patience here, you know, don't get too close, don't wear your tires down* [Formula-1 2021, URL].

Как можно увидеть в приведенных примерах, уместное употребление хеджей в речи коммуникантов помогает избежать проявления категоричности, невежливости и в некоторых случаях даже агрессии при обозначении личного мнения говорящего, что позволяет реципиенту верно его интерпретировать.

Хеджи-раундеры. В рассматриваемом дискурсе хеджи-раундеры представлены аппроксиматорами степени / количества.

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

В следующих примерах комментатор также называет приблизительную скорость, тем самым защищая себя от предполагаемой неточности, снижая собственную ответственность за высказывание: *Then comes Sergio Perez who's last lap was about half a second quicker than Charles Lecleirc. / The DRS effect here isn't great. It's only about zero point twenty five seconds* [Formula-1 2021, URL].

Заключение

На основании вышеизложенного мы приходим к выводу, что для англоязычного спортивного дискурса характерно использование большого числа хеджей-преград. Чаще всего в речи спортивных комментаторов можно услышать хеджи правдоподобия. В классе аппроксиматоров наибольшей частотой употребления по сравнению с другим подклассом отличается подкласс адаптеров. Наименее востребованными среди спортивных комментаторов подклассами хеджей являются атрибутивные хеджи и раундеры.

Хеджи-преграды указывают на отношение говорящего к достоверности пропозиции. Данные хеджи снижают категоричность высказывания и делают его более вежливым. Хеджи правдоподобия меняют степень истинности пропозиции, ослабляют иллокутивную силу речевого акта, тем самым «защищают» адресанта от ответственности за неверность пропозициии и возможных последствий своих коммуникативных действий.

Уместное употребление стратегии хеджирования в спортивном дискурсе играет важную роль в создании вежливой, эвфемичной, гармоничной коммуникации и оказывает непосредственное влияние на бесконфликтность общения и эффективное взаимодействие спортивного комментатора со зрителем.

Список источников

1. Зиянгиров Э. К. Семантические и функционально-стилистические параметры спортивного дискурса : дис. ... канд. филол. наук / Зиянгиров Эмиль Камилевич. Уфа, 2017. 193 с.

2. Снятков К. В. Коммуникативно-прагматические характеристики телевизионного спортивного дискурса : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Константин Владимирович Снятков. Вологда, 2008. 25 с.

3. Brown P., Levinson S. Politeness: Some Universals in Language Usage. Cambridge, 1987. 345 p.

4. Fraser B. Pragmatic Competence: the Case of Hedging // New Approaches to Hedging. Bingley : Emerald Group Publishing Limited, 2010. P. 15–34.

5. Hana El Farra Hedges in Movie Dialogues in English: Theoretical and Practical Aspects // The Journal for Languages and Literatures of the Faculty of Philosophy in Novi Sad. 2012. Volume II. P. 177–192.

6. Hübler A. Understatements and Hedges in English. Amsterdam: John Benjamins, 1983. 192 p.

7. Hyland K. Hedging in Scientific Research Articles. Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 1998. 308 p.

8. Kaltenböck G., Mihatsch S., Schneider S. New Approaches to Hedging // Studies in Pragmatics. Bingley : Emerald Group Publishing, 2010. № 9. P. 289–304.

9. Lakoff G. Hedges: A Study in Meaning Criteria and the Logic of Fuzzy Concepts // Journal of Philosophical Logic. 1973. № 2. P. 458–508.

10. Namsaraev V. Hedging in Russian Academic Writing in Sociological Texts // Hedging and Discourse: Approaches to the Analysis of a Pragmatic Phenomenon in Academic Texts / ed. R. Markkanen, H. Schroder. Berlin, New York : Walter de Gruyter, 1997. P. 64–79.

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

12. Salager-Meyer F. Hedges and Textual Communicative Function in Medical English Written Discourse // English for Specific Purposes. 1994. Vol. 13. P. 149–170.

13. Schröder H., Zimmer D. Hedging Research in Pragmatics: A Bibliographical Research Guide to Hedging // Hedging and Discourse: Approaches to the Analysis of a Pragmatic Phenomenon in Academic Text. Walter de Gruyter, Berlin, 1997.

14. Vlasyan G. R. Linguistic Hedging in Interpersonal Communication // The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences. 2019. Volume LXVI. P. 617–623.

15. Zadeh L. Fuzzy sets // Information and Control. 1965. № 8. P. 338–353.

References

1. Ziyangirov EK. Semanticheskie i funktsional'no-stilisticheskie parametry sportivnogo diskursa = Semantic and functional-stylistic parameters of sports discourse : dis. ... kand. filol. nauk / Ziyangirov Emil' Kamilevich. Ufa, 2017. 193 p. (In Russ.).

2. Snyatkov KV. Kommunikativno-pragmaticheskie kharakteristiki televizionnogo sportivnogo diskursa = Communicative and pragmatic characteristics of television sports discourse: abstr. dis. ... Cand. Sci. (Philology). Vologda, 2008. 25 p. (In Russ.).

3. Brown P, Levinson S. Politeness: Some Universals in Language Usage. Cambridge, 1987. 345 p.

4. Fraser B. Pragmatic Competence: the Case of Hedging. New Approaches to Hedging. Bingley : Emerald Group Publishing Limited, 2010. P. 15-34.

5. Hana El Farra Hedges in Movie Dialogues in English: Theoretical and Practical Aspects. *The Journal for Languages and Literatures of the Faculty of Philosophy in Novi Sad.* 2012. Volume II. P. 177-192.

6. Hübler A. Understatements and Hedges in English. Amsterdam: John Benjamins, 1983. 192 p.

7. Hyland K. Hedging in Scientific Research Articles. Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 1998. 308 p.

8. Kaltenböck G, Mihatsch S, Schneider S. New Approaches to Hedging. *Studies in Pragmatics. Bingley : Emerald Group Publishing.* 2010;(9):289-304.

9. Lakoff G. Hedges: A Study in Meaning Criteria and the Logic of Fuzzy Concepts. *Journal of Philosophical Logic.* 1973;(2):458-508.

10. Namsaraev V. Hedging in Russian Academic Writing in Sociological Texts. Hedging and Discourse: Approaches to the Analysis of a Pragmatic Phenomenon in Academic Texts / ed. R. Markkanen, H. Schroder. Berlin, New York : Walter de Gruyter, 1997. P. 64-79.

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

12. Salager-Meyer F. Hedges and Textual Communicative Function in Medical English Written Discourse. *English for Specific Purposes.* 1994;(13):149-170.

13. Schröder H., Zimmer D. Hedging Research in Pragmatics: A Bibliographical Research Guide to Hedging. Hedging and Discourse: Approaches to the Analysis of a Pragmatic Phenomenon in Academic Text. Walter de Gruyter, Berlin, 1997.

14. Vlasyan GR. Linguistic Hedging in Interpersonal C*ommunication. The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences.* 2019. Vol. LXVI. P. 617-623.
15. Zadeh L. Fuzzy sets // Information and Control. 1965. № 8. P. 338-353.

Информация об авторах

Г. Р. Власян — кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой теории и практики английского языка.

Ю. Д. Шкода — магистр лингвистики, кафедра теории и практики английского языка.

Information about the authors

G. R. Vlasyan — Candidate of Philology Sciences, Head of the Department of the Theory and Practice of the English Language/

Y. D. Shkoda — Master of Arts (Linguistics), Department of the Theory and Practice of the English Language/

Статья поступила в редакцию 25.07.2024; одобрена после рецензирования 25.08.2024; принята к публикации 24.09.2024.

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

The article was submitted 25.07.2024; approved after reviewing 25.08.2024; accepted for publication 24.09.2024.

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

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 68–77.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):68-77.

Научная статья

УДК 81’42

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-68-77

ДИСКУРСИВНАЯ ПРАКТИКА САМОИДЕНТИФИКАЦИИ ТВОРЧЕСКОЙ ЛИЧНОСТИ В ДИСКУРСЕ СМИ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО И НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКОВ)

Ульяна Анатольевна Жаркова

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, germancsu@gmail.com, 0009-0005-7654-6821

Аннотация. Статья посвящена исследованию лингвистической природы совокупности идентитарных феноменов: идентичности, идентификации, самоидентификации. В статье обосновывается продуктивность дискурсивного подхода к изучению данного комплекса понятий, а также постулируется центральная позиция медийного дискурса как источника материала для идентитарных исследований. Выявлена корреляция противопоставления дискурсивной практики и коммуникативной стратегии и оппозиции самоидентификации и самопрезентации по основанию прагматической нагруженности и интенциональной специфики. Коммуникативно-дискурсивное поведение художника в медиасреде рассматривается с точки зрения специфики бытийной концептуальной доминанты в мировоззрении творческой личности, а также с учётом влияния позиции интервьюера, способной придавать интенции самоидентификации реактивный характер — провоцировать саморефлексию извне. Применительно к материалу интервью с современными художниками идентификация концептуализируется автором как дискурсивная практика, для которой характерно амбивалентное взаимодействие формирования многоуровневой идентичности в процессе саморефлексии и структурирования идентичности по запросу интервьюера. Построена модель идентичности художника, выявлены основные субидентичности, формирующие профессиональный уровень модели: креативная, видовая, жанровая, статусная, концептуальная, стилевая. Во взаимосвязи с актуализацией элементов модели описаны дискурсивные механизмы реализации дискурсивной практики самоидентификации, получающими для данного социокультурного профессионального сообщества статус дискурсивных правил: реализация самоидентифицирующей формулы за счёт предикации идентификатора на глубинном уровне, отстранение от стереотипов и предустановок социума — самоидентификация через негативный предикат, отказ от возвеличивания (авторская скромность), фокусирование на мотивах самоидентификации. Выявлены языковые средства, посредством которых реализуются указанные дискурсивные механизмы.

Ключевые слова: самоидентификация, дискурсивная практика, дискурсивный механизм, медийный дискурс, моделирование идентичности, субидентичность

Для цитирования: Жаркова У. А. Дискурсивная практика самоидентификации творческой личности в дискурсе СМИ (на материале русского и немецкого языков) // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 68–77. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-68-775.

Original article

DISCURSIVE PRACTICE OF SELF-IDENTIFICATION OF A CREATIVE PERSON IN MEDIA DISCOURSE (BASED ON THE MATERIAL OF RUSSIAN AND GERMAN LANGUAGES)

Uliana A. Zharkova

State University of Chelyabinsk, Chelyabinsk, Russia, germancsu@gmail.com, 0009-0005-7654-6821

Abstract. The article is devoted to the study of the linguistic nature of a set of identity phenomena: identity, identification, self-identification. The article substantiates the productivity of the discursive approach to the study of this set of concepts, and the centrality of media discourse as a source of material for identity studies is postulated. The correlation between the opposition of discursive practice and communicative strategy and the opposition of self-identification and self-presentation on the basis of pragmatic load and intensional specificity is revealed. The communicative and discursive behavior of the artist in the media environment is considered from the point of view

© Жаркова У. А., 2024

of the specificity of the being conceptual dominant in the worldview of a creative person, as well as taking into account the influence of the interviewer's position, which can give self-identification a reactive character. Applied to the material of interviews with contemporary artists, identification is conceptualized by the author as a discursive practice characterized by ambivalent interaction between the formation of multilevel identity in the process of self-reflection and the structuring of identity at the request of the interviewer. The model of the artist's identity is constructed, the main sub-identities forming the professional level of the model are revealed: creative, species, genre, status, conceptual, and style. In correlation with the actualization of the elements of the model the discursive mechanisms of realization of the discursive practice of self-identification are described, which receive for this socio-cultural professional community the status of discursive rules: realization of the self-identifying formula at the expense of predication of the identifier at the deep level, detachment from stereotypes and presets of the society – self-identification through a negative predicate, refusal from exaltation (author's modesty), focusing on the motives of self-identification. The linguistic means by means of which these discursive mechanisms are realized are revealed.

Key words: discursive practice, discursive mechanism, self-identification, media discourse, modeling of identity, subidentity

For citation: Zharkova UA. Discursive practice of self-identification of a creative person in media discourse (based on the material of Russian and German languages). *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;(8(490): 68-77. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-68-77.

Введение

Множество современных трудов по лингвистике в качестве объекта исследования выбирает феномены, имеющие не собственно лингвистическую природу: стереотип, гендер, идентичность. Зачастую подобные понятия не приобретают определённого лингвистического статуса в силу того, что языковеды предлагают для них в лучшем случае косвенную дефиницию, а чаще всего и вовсе никакой. Дискурсологическая парадигма в языкознании, на наш взгляд, является наиболее открытым для решения данной проблемы подходом. Современный дискурс-анализ, как представляется, всё реже ориентирован на изучение феномена «дискурсивности» и выявление свойств разных типов дискурса и всё чаще определяет в качестве предмета исследования бытие в дискурсах разной природы тех или иных категорий, понятий, моделей. Одной из таковых можно по праву считать идентичность, статус которой в трудах по лингвистике требует конкретизации.

Понимание идентификации как динамического феномена психосоциальной природы с неизбежным речевым воплощением лежит в основе дискурсивного подхода в идентитарных исследованиях. С одной стороны, идентичность субъекта формируется в дискурсивном пространстве как многоуровневая структура — в данном аспекте релевантными факторами для анализа являются условно симультанные характеристики личности: возраст, социальное происхождение, профессия и др. Так, для настоящего исследования выбраны практики самоидентификации творческих личностей из области современного визуального искусства — поиск себя, так характерный для художника, неизбежно сопряжён с ответом на вопрос: «Кто я?» и моделированием концептуального «Я-образа». С другой стороны, идентификация ситуативна и детерминирована типом дискурса, в котором она конструируется — устного или письменного, аудиовизуального и семиотически нагруженного, медийного или художественного и пр. Процесс самоидентификации в рамках дискурса СМИ рассматривается в данной работе с учётом диалогичной природы медийных текстов, актуализирующих отношения художника и социума.

В рамках постулируемого для данного исследования дискурсивного подхода основной целью анализа стало выявление основных способов конструирования идентичности художника в рамках медийного дискурса — дискурсивных механизмов и правил, имеющих текстопорождающий и смыслоформирующий потенциал.

Проблема статуса идентитарных феноменов в дискурсивных исследованиях

В качестве дискурсивного пространства принято рассматривать множество текстов, объединённых общими правилами порождения и функционирования, однородных по тому или иному основанию, а изучение этого множества наиболее целесообразно, как минимум, в социокультурном и историческом контекстах. Наряду с социально-психологическими практиками интервьюирования медийный дискурс можно считать наиболее специфицированным для конструирования идентичности. Несмотря на то, что в лингвистике отмечаются трудности в определении границы

медийного дискурса в силу разнородности каналов передачи информации в медиасреде или безграничного жанрового многообразия, можно утверждать, что существование медиадискурса как совокупности процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия бесспорно [2]. Дискурсивный подход к медиатексту позволяет наблюдать, как происходит конструирование знаний, перевод их с институционального уровня на бытийный, видеть, как переплетаются типы информации и реализуются те или иные коммуникативные стратегии.

Понимаемый таким образом феномен медийного дискурса, как и постулирование дискурсивной природы идентичности предполагает перенос фокуса научного анализа с «объективации» идентичности на её *структурирование* в рамках дискурса посредством определённых механизмов [3].

В лингвопрагматической парадигме сложилась традиция установления корреляции между самопрезентацией и самоидентификацией. М. А. Лаппо считает, что следует разграничивать самопрезентацию, самоидентификацию и самохарактеризацию как, соответственно, поверхностные и более глубокие слои выражения личности и осмысления своего существования. Самохарактеризация определяется как акт оценки себя, описания своих личностных качеств, а самоидентификация как акт причисления себя к группе (10, с. 35). Дифференцируя направленность на себя и направленность на адресата, автор постулирует самопрезентацию как экстравертный компонент самоидентификации в широком смысле.

Посредством речи осуществляется прямое или косвенное воздействие на её адресата: его мировосприятие, эмоциональный настрой, коммуникативное или иное поведение. Изменение в последних может считаться результатом воздействия, основанного на определённой — осознаваемой или неосознанной — интенции, реализованной в речевом акте. Дифференциация целенаправленного и непреднамеренного воздействия воплощается, на наш взгляд, в применимости к тем или иным дискурсивным высказываниям понятия коммуникативно-прагматической стратегии — комплекса речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели [7]. Специфика медиадискурса состоит в том, что любой акт речи обладает воздействующим потенциалом и может повлиять на картину мира и коммуникативное поведение аудитории, однако в случае с самоидентификацией это не является доминирующей интенцией адресата. Именно этот подход определяет терминологический фокус настоящего исследования — термины «стратегии» и «тактики» представляются прагматически более нагруженными, чем более широкие понятия дискурсивной практики и дискурсивного механизма.

Выяснить, насколько это утверждение релевантно для дискурса личности современного художника, являющегося публичным медиафеноменом — задача настоящего исследования. Для нашего анализа опорным тезисом в концепции полиинтенциональности дискурса является указание на взаимосвязь социокультурных и психологических факторов, детерминирующих коммуникативно-дискурсивное поведение адресата: языковая личность художника воплощает в том числе такие прагматические характеристики, как склонность к саморефлексии и концептуализация бытия в творчестве в большей степени, чем в публичном дискурсе. Это не может не повлиять на процесс самоидентификации творческой личности.

Для более полного раскрытия предмета исследования нам представляется продуктивным обращение к понятию дискурсивной практики. Можно с уверенностью сказать, что этот термин всё ещё имеет в науке размытый характер. Истоки данного понятия традиционно находятся в трудах М. Фуко, Т. Ван Дейка, Ю. Хабермаса, Л. Витгенштейна, благодаря которым формируется представление о социально-историческом, идеологически ориентированном характере дискурсивных практик [1; 8]. Представляется, что некоторые лингвисты-дискурсологи вкладывают в данный термин смыслы, позволяющие отождествлять дискурсивную практику с жанром [6], а в ряде случаев описывают дискурсивные практики подобно коммуникативным стратегиям [5]. Тем не менее, в рамках терминологически-сопоставительного анализа Е. А. Никоновой удалось обосновать основные различия в понимании дискурсивной практики и коммуникативной стратегии [13]. Наблюдения автора представляются чрезвычайно продуктивными для выбора понятия дискурсивной практики в качестве базового для рассмотрения феномена идентичности. Так, в работе показано, что дискурсивные практики в силу своего динамического характера эволюционируют в исторической перспективе в связи с изменением ценностей социума или лингвокультурного сообщества, сохраняя ядерную структуру, что в корне отличается от ситуа-

тивной природы коммуникативной стратегии, ориентированности коммуникативных тактик на текущие условия общения. При этом дискурсивные практики обнаруживают большую степень рекуррентности и конвенциональности, стабильно распознаются членами социума и могут использоваться как шаблоны. Также отмечается, что дискурсивные практики в силу своей детерминированности социальными практиками способны упорядочивать социальную действительность, в то время как коммуникативные стратегии способствуют планированию и осуществлению успешной коммуникации [12, с. 132–133]. Указанные выше воспроизводимость, корреляция с социальными практиками, надындивидуальный характер дискурсивных практик регулярно постулируется в исследованиях данного объекта [1; 15]. Стоит подчеркнуть, что в дискурс-анализе отмечается способность дискурсивных практик выступать элементами конфигурации разных дискурсивных пространств, подобная возможности для индивида вести себя похожим образом в разных ситуациях [1; 7; 8; 13].

Очевидно, что возможность применения понятия дискурсивной практики относительно самоидентификации требует обоснования. Понимая идентичность как психосоциальный феномен и соотнося её с самоидентификацией как с процессом осознания собственной относительно неизменной данности, уникальности жизненного опыта и как с ощущением солидарности с социальными / групповыми идеалами и стандартами [16], мы неизбежно наблюдаем точки соприкосновения трёх рассматриваемых понятий: динамичности, установки лингвокультурного сообщества, социальной детерминированности. Основные результаты анализа в заявленном предмете настоящего исследования позволят сделать вывод о том, можно ли определить самоидентификацию как дискурсивную практику.

Моделирование идентичности творческой личности в медийном дискурсе

Сложность феномена идентичности в системе гуманитарного знания многократно отмечалась в исследованиях по лингвистике, социологии, социопсихологии и другим наукам. Понимание идентичности на различных уровнях — индивидном, личностном и социальном — акцентирует внимание исследователя на разных аспектах речевой самоидентификации: предикации как приписывании субъекту признака, оценочности как одного из этапов Эго-синтеза, отождествлении как солидаризации с групповыми или макросоциальными идеалами и стандартами [16]. В процессе самоидентификации субъект может актуализировать одну или несколько идентичностей: профессиональную, этническую, национальную, гендерную, религиозную, политическую и др., при этом они могут выстроиться в некую иерархию. Выбор доминирующей идентичности обусловлен психологическими, когнитивными, социокультурными, аксиологическими преференциями, а также ситуацией общения.

В лингвистике сложилась традиция лингвоперсонологических исследований речи творческих элитарных личностей, однако говорить о разработанности проблемы самоидентификации художника представляется преждевременным. Основу для дальнейшего научного анализа могут составить работы, посвящённые самоидентификации художника (в широком смысле) в том числе в медиадискурсе [4, 9, 11].

В качестве материала для нашего исследования выбраны журналистские интервью с художниками: Георгом Базелитцем, Герхардом Рихтером, Улли Бёмельманн, Никасом Сафроновым, Верой Климентьевой и другими. При выборе персоналий важную роль играла вариативность их статуса как художника мирового, национального и регионального уровня. Маркером высказываний, которые были взяты нами для анализа вышеуказанного предмета, стала их сводимость к идентифицирующей пропозиции (самоидентифицирующей формуле (СФ) со структурой «Я — /таксономический предикат/», где таксономический предикат соответствует разным видам идентичности: этнической, национальной, профессиональной, гендерной, личностной, возрастной, психосоциальной. В этом смысле хотелось бы дистанцироваться от предельно широкого и от этого размытого понимания якобы идентифицирующих высказываний, в которых озвучиваются жизненные цели личности, ценности и многое другое. Самоидентифицирующая формула, на наш взгляд, не структурируется предикатом: «Я человек, для которого / важно творчество», так как самохарактеризация (какой я?) здесь доминирует над самоидентификацией как осознанием принадлежности к социально определенной группе индивидов (кто я?).

Для жанра медиа-интервью с точки зрения объективации идентичности характерна инициированная извне самоидентификация: вопрос журналиста обусловливает актуализацию топика идентичности и задает направление

самоидентификации — как правило, профессиональной, креативной, концептуальной:

Интервьюер: *Первый вопрос — про твои регалии. Кто ты по профессии и кем работаешь?*

ВК: *С профессиональным самоопределением у меня немного более проблематично: я художник, но денег за это пока дают редко. (В. Климентьева).*

Интервьюер: *Можно сказать, что ты исследователь мира?*

ПС: *Да, конечно, исследователь. Я изучаю мир, он сам по себе интересен и красив, в нём столько всего нового, вселенная, коллайдеры, микромир. Просто это жизнь, она интересна сама по себе. (П. Сусов).*

Тема самоидентификации в интервью актуализируется специфично, в том числе в силу того, что журналист «знает» ответ на вопрос, кто его собеседник и в шапке интервью иногда указывает его таксономические предикаты:

Интервьюер: *У каждого знаменитого человека, особенно если он становится знаменитым долго и упорно, есть легенда. Есть она и у Никаса Сафронова: широкой аудитории известен образ удачливого авантюриста, мистификатора, плэйбоя — то есть, не только художника, но и современного Казановы. (Н. Сафронов).*

Интервьюер: *Ein seltenes Interview mit dem teuersten Maler der Gegenwart. (Г. Рихтер) // Редкое интервью с самым дорогим живописцем современности.*

На первом уровне обобщения отметим, что в проанализированных интервью актуализируются национальная, социальная, гендерная, профессиональная типы идентичности.

С точки зрения национальной идентичности интерес представляют не только лингвистические средства экспликации идентификаторов — прямые (национимы) или косвенные (локативы, топонимы), но и способ актуализации через ценностную составляющую:

ВК: *Я чувствую себя русской до мозга костей в повседневной жизни и в общении с другими людьми, это культурный гэп (gap) (В. Клименьтева).*

С подачи журналиста, представляющего региональное онлайн-издание, художник косвенно высказывается о своей региональной идентичности:

Интервьюер: *Однажды я общался с нашим с тобой земляком и задал ему вопрос, какой он поэт — Орловский или Московский. Он очень тонко ответил, что поэт он от Бога. Важно ли тебе считать себя частью Орла или нет?*

ЛБ: *Не знаю, важно ли? Это просто есть. Я плоть от плоти этой земли. Отсюда моя кровь и мои корни. (Л. Бутенко).*

Для художника релевантны как гендерная идентичность *(Владимир Маньяк как псевдоним художницы),* так и социальная *(Ich kam aus bildungsfreier Gegend // Я родом из местности, где не было образования, Geboren als Sohn eines Arztes // урожденный сын врача),* религиозная *(«Всё обошлось благополучно, но я так расстроился, что начал ходить в церковь и воцерковился, теперь хожу регулярно»)*, мировоззренческая *(«Небезусловный такой я оптимист»).*

На нашем материале представляется возможным построить модель профессиональной идентичности творческой личности как комплексного феномена, формирующегося на основе саморефлексии.

Дедуктивно выводимым типом профессиональной идентичности мы считаем профессионально-креативную, этот тип воплощается в СФ «Я-Художник/творческая личность» // «Ich bin ein Künstler» и действительно реализуется в интервью:

Große Parteilinien. Das waren Dinge, mit denen ich immer konfrontiert war als Künstler... (Г. Базелитц) // Большие линии партии. Это были вещи, с которыми я сталкивался как Художник...

В этом контексте может стать актуальным также концепт «талант»:

Beim Bilder malen hatte ich ein Gespür, dass ich etwas besitze, was man Talent nennt. (Г. Базелитц) // При рисовании картин у меня было ощущение, что я обладаю чем-то, что называют талантом.

Мы выявляем также профессионально-видовую идентичность — ориентированную на вид искусства или освоенные техники:

По профессии я — художник-постановщик мультфильмов (П. Сусов).

Мы выделяем также другие специфические для художников виды идентичности, частные случаи профессиональной идентичности: (1) профессионально-стилевую (СФ: «Я — /импрессионист/»), (2) профессионально-жанровую (СФ: Я-/портретист/») и (3) концептуальную (СФ: Я-автор/носитель художественной концепции»).

(1) Am Anfang war ich durch die Parisreise surrealistisch orientiert. (Г. Базелитц) // Вначале я был ориентирован на сюрреализм.

(2) В коллаже я ценю иронию, парадоксальность, игру, элегантность, живописность. Поскольку я сам «бумажных дел мастер» — меня и тянет к таковым. (О. Грачев).

(3) ***Интервьюер:*** *«Много ли, на Ваш взгляд, сюрреализма в современном мире? Или оно только в творчестве, а мир исключительно реален?»*

«На мой взгляд, мир исключительно реален. Это я хорошо понимаю как человек, окончивший технический вуз с красным дипломом. Технологические процессы котельного цеха, которым я руковожу, всегда требуют того, чтобы мысли мои были далеки от блаженных иллюзий. Но! При этом мир чрезвычайно парадоксален, и это уже не законы физики. Сюрреализм я себе позволяю только в творчестве, но чаще всего не в чистом виде (как Сальвадор Дали), а в небольших дозах». (П. Назим).

В аспекте профессионально-концептуальной идентичности художник часто не уточняет, носителем какой именно концепции она является, иногда достаточно подчеркнуть, что творчество, произведения концептуально нагружены: *Dass ich Bild benutze als Träger für eine Idee. Also nicht das Bild als Idee, sondern das Bild benutze als Träger einer Idee. (Г. Базелитц) // Что я использую картину как носитель для идеи. То есть не картина как идея, картину использую как носитель идеи.*

В контексте профессиональной идентификации может также стать актуальным уровень профессионализма и успешность, определим это как профессионально-статусную идентичность:

Интервьюер: *Ты очень успешный художник, при этом многим ты не нравишься. Как-то рефлексируешь по этому поводу? (В. Чтак).*

Проведённый анализ позволили построить комплексную модель идентичности личности художника (рис. 1).

Как видно из уже приведённых примеров, объективация идентичности в рассматриваемой дискурсивной практике происходит посредством разных, часто непрозрачных, механизмов.

Дискурсивные механизмы актуализации идентичности творческой личности в медиадискурсе

Как уже отмечалось, существует представление о том, что в речи идентичность не актуализируется, как готовый, существующий в сознании субъекта идентификации конструкт, а структурируется здесь и сейчас, отвечая на ситуативный запрос [3]. На наш взгляд, подобная абсолютизация ситуативности не учитывает амбивалентности идентичности — единства убеждённости в своей принадлежности к некоему сообществу и/или в соответствии некоему статусу и открытого поиска самоопределения в каждый данный момент (творческого) существования.

Речемыслительные, дискурсивные механизмы, с помощью которых говорящий выстраивает в каждом данной тексте, можно соотнести с некими дискурсивными правилами [14], определяемыми как когнитивные и речеповеденческие модели, выработанные в данном типе дискурсивной практики и служащие основой для текстопорождения. Дискурсивный механизм в рамках данного исследования мы определяем как регулярно воспроизводимый способ реализации дискурсивной практики, выбираемый говорящим с опорой на ценностные доминанты лингвокультурного сообщества и объективируемый открытым набором языковых средств.

Рис. 1. Модель идентичности творческой личности
Fig. 1. Model of identity of a creative personality

Материал исследования позволяет для дискурсивной практики самоидентификации дифференцировать механизмы, которые мы определили как предикативно-идентифицирующий, суспензивные, модестивные и фокусирующие.

Идентификация как дискурсивный механизм воплощается в предикации субъекту речи имен с идентитарным потенциалом: художник, живописец, график, лепщик-модельщик и пр. Языковые средства, используемые для этого механизма: предложения идентификации *«Я по образованию художник-постановщик»*, конструкции с союзом отождествления как *«Я как живописец...»*. Такие структуры прямой предикативной идентификации соответствуют глубинной семантической структуре — идентифицирующей формуле (см. выше), к которой могут быть сведены высказывания с косвенно выраженной идентификацией, при этом учёт сегмента рассматриваемого дискурса и субъекта идентификации принципиально важен для возможности экспликации идентифицирующей формулы:

Интервьюер: *Какая техника Вам больше нравится: тушь, карандаш, ретушь или офорт, почему? Рисуете ли Вы красками?*

ПН: *Больше всего мне нравится рисунок карандашом. (П. Назим).*

Речь идет не только о предпочтении художника, но и о его видовой идентичности как графика.

Под суспензивными механизмами мы понимаем отстранение говорящего от стереотипного восприятия художника вообще и данной творческой личности в частности.

Отметим специфический случай конфронтации ожидаемой и постулируемой профессиональных идентичностей. Г. Базелитц в своих интервью неоднократно отрицает свою идентичность как художника и идентифицирует себя как живописца:

Ich bin kein Künstler, ich bin Maler. Künstler stellen sich dar, Maler malen Bilder, die sich darstellen. (Г. Базелитц) // Я не художник, я живописец. Художники изображают себя, живописцы рисуют картины, которые изображают себя / говорят сами за себя.

Ich habe hier in den letzten Jahren mich beschäftigt mit meiner Herkunft, mit den Verhältnissen, wo ich herkomme, meine Schulzeit, mit meiner Studienzeit, mit meinen Arbeiten, die ich als Kind gemacht habe. Als ich angefangen habe, mit der Vorstellung ich wäre Künstler. (Г. Базелитц) // Я в последние годы разбирался со своим происхождением, обстоятельствами, из которых я вышел, моя школьная пора, годы моей учёбы в вузе, с моими работами, которые я сделал будучи ещё ребёнком. Когда я начинал, представляя, будто я художник.

Отрицание ожидаемой идентичности происходит посредством противопоставления постулируемой идентичности в противительных конструкциях, а также использованием сослагательного наклонения для актуализации семантики нереальности.

Идентификация себя как художника, творца противоречит дискурсивным правилам данного лингвокультурного сообщества, такие идентификаторы получают негативную оценку:

«Сейчас вообще всего полно. Миллионы креативных творцов всё доят и доят мировую корову новых идей. И, по моему мнению, она уже достаточно истощена — идеи-то уже в большинстве своём какие-то слабые и вторичные». (П. Назим).

«Знаешь, я вообще высокие слова не люблю, особенно когда их пытаются применить ко мне: Творец, Творчество, Искусство... Ну какое это нафиг искусство? Я это делаю, потому что меня прёт это делать, и всё». (Л. Бутенко).

Оспаривание стереотипов — еще одна интенциональная цель механизма отстранения. Творческие личности стремятся показать, что устойчивые ассоциации с их именем сужают восприятие их творчества. Так, Г. Базелитц чаще всего идентифицируется как художник-создатель перевернутых картин (профессионально-жанровая идентичность “upside down”), что представляется ему упрощением:

Man bringt einen Maler mit einem image, mit einem Bild in Verbindung. Da bin ich unzuverlässig... Bei mir sagt man dann upside down. Okey. Aber ich habe nicht nur upside down und auch diese upside down sehen so aus, als hätte den Max gemacht und den anderen der Arthur... (Г. Базелитц) / Живописца связывают с имиджем, с картинкой. Тут я ненадежен… Про меня говорят перевёрнутые картины. Окей. Но у меня есть не только перевернутые картины, и даже и эти перевернутые картины выглядят так, как будто одну сделал Макс, а другую Артур...

Ложная идентификация извне вызывает у художников чувство протеста:

Меня больше радикально-настроенные и не очень секущие свой предмет феминистки беспокоят: это для них я жертва патриархата в юбке и с красными губами, которую давно пора спасать от самой себя. (В. Климентьева).

Таким образом, суспензивный механизм — механизм отстранения от предубеждённостей

социума — смещает фокус внимания с ответа на вопрос «Кто я?» на вопрос «Кем я не являюсь?».

Данный механизм сопряжен с механизмом модестивного типа: отказом от самовозвеличивания, актуализацией скромности, неприятием хвастовства. Здесь в ряде случаев также возможно отрицание признания себя Художником, однако это не сопровождается негативным отношением к данному концепту:

Интервьюер: *Ты считаешь себя художником?*

АЧ: *Не знаю, наверное. Я к этому спокойно отношусь: это не регалия, не звание, ничего. Если я стал работать в этой сфере, то, да, для удобства меня можно называть художником. (А. Чугунов).*

То есть рисующим человеком, художником, я себя не ощущал и ни на что не претендовал. Только в 23 года я решил получить хоть какое-то художественное образование. (П. Назим).

У меня как-то была возможность попроситься участвовать в выставке вместе с другими молодыми орловскими художниками. Подала я заявку, а потом посмотрела, а они там все такие просветлённые — кто русскую культуру возрождает, кто наполняет свои картины энергией света и добра, и все напропалую несут в мир радость, красоту, лучики любви, вот это вот всё — так я чего-то подумала и быстренько заявку забрала. Они хорошие ребята, но именно поэтому мне с ними не по пути. Не с моей мордой в этот калашный ряд лезть. У меня такой мрачняк в картинах, а я к ним... ну нафиг. (Л. Бутенко).

Данный механизм связан прежде всего с профессионально-статусной идентичностью. В рамках актуализации авторской скромности говорящий прибегает не только к автопейоративам или идиомам с семантикой преуменьшения заслуг, но и к переносу фокуса внимания с самоидентификации на внешнюю идентификацию:

Ходить в художественную школу помогла мама, прогульщик я был ещё тот, хотя там ко мне относились как к маленькому гению. (Д. Латышев).

Под фокусирующим дискурсивным механизмом мы понимаем необходимость для художника пояснить, что именно в данном акте самоидентификации является определяющим. Это релевантно для конструирования профессионально-креативной, профессионально-концептуальной субидентичностей:

Космоножка — это альтер-эго. То есть это я, но не совсем. И я — это не только Космоножка. Она появилась, когда я создавала свой первый ЖЖ. Я искала подходящее слово для названия, и тут мне попалось слово «космоножка». Знаешь, что это такое? Это старинное блюдо из простокваши и гречневой муки. И когда я это слово услышала, сразу поняла, что это моё имя. В нём в идеальных пропорциях сочетаются придурковатость и вселенский масштаб, космическая вечность на ладошке маленького мясного-костяного человечка. (Л. Бутенко).

Заключение

Дискурсивный подход к анализу феноменов идентичности и идентификации позволил определить их природу с позиций лингвистики. Идентификация в лингвистическом понимании может быть понята как дискурсивная практика, в рамках которой происходит конструирование идентичности в том или ином дискурсивном пространстве. Дискурсивная практика идентификации творческой личности реализуется в медиапространстве интервью в амбивалентном взаимодействии результатов постоянной саморефлексии и ситуативной реакции субъекта на установки социума, имплицитно или явно актуализируемые интервьюером. Для дискурсивной практики самоидентификации художника характерна множественность и избирательность — в процессе её реализации актуализируются те или иные элементы многоуровневой модели идентичности художника: гендерная, религиозная, социальная, мировоззренческая, профессиональная. Профессиональный уровень идентичности художника формируется креативной, видовой, статусной, концептуальной, стилевой, жанровой субидентичностями. Дискурсивная практика самоидентификации в медийном дискурсе реализуется посредством дискурсивных механизмов, формирующих в совокупности способ саморефлексии художника на надъязыковом уровне, интериоризованный данным лингвокультурным сообществом: предикативно-идентифицирующим (самоидентифицирующая формула на глубинном уровне), суспензивным (отстранение от стереотипов и установок социума), модестивным (неприятие хвастовства, скромность), фокусирующим (расставление акцентов и прояснений концепций). Между механизмами и субидентичностями в дискурсивной практике может устанавливаться корреляция, например, суспензивный механизм чаще опосредует актуализацию профессионально-креативной или видовой субидентичности, а фокусирующий — профессионально-концептуальной.

Список источников

1. Дискурсивные практики современной институциональной коммуникации : монография / под науч. ред. Л. В. Куликовой. Красноярск: Сиб. федер. ун-т. 2015. 182 с.

2. Добросклонская Т. Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2006. № 2. С. 20–33.

3. Енина Л. В. Идентичность как дискурсивный концепт и механизмы дискурсивной идентификации // Политическая лингвистика. 2016. № 6. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/identichnost-kak-diskursivnyy-kontsept-i-mehanizmy-diskursivnoy-identifikatsii (дата обращения 12.02.2024).

4. Есин С. Н. Писатель в теории литературы: проблемы самоидентификации: Автореф. дисс... докт. филол. наук. Москва. 2005. URL: https://cheloveknauka.com/v/184653/a?#?page=1 (дата обращения 12.02.2024).

5. Зачесова И. А. Повседневные дискурсивные практики городской среды мегаполиса // Психология человека как субъекта познания, общения и деятельности. 2018. С. 1803–1811.

6. Ильина И. Е., Морозова О. Н. Профессиональный дискурс индустрии красоты: от терминологии к убеждению // Современные дискурсивные практики: подходы и решения : монография. 2023. С.57–73.

7. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. 3-е изд. М. : Едиториал УРСС. 2003. 284 с.

8. Иссерс О. С. Дискурсивная практика как наблюдаемая реальность // Вестник ОмГУ. 2011. № 4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/diskursivnaya-praktika-kak-nablyudaemaya-realnost (дата обращения 07.03.2024).

9. Кочергин В. В., Кочергина И. А. К вопросу о самоидентификации писателя в интервью // Полилингвиальность и транскультурные практики. 2014. № 1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-samoidentifikatsii-pisatelya-v-intervyu (дата обращения 12.02.2022).

10. Лаппо М. А. Сущность идентичности и методы ее анализа в лингвистических/психолингвистических исследованиях // Вопросы психолингвистики. 2014. 1 (19). С. 30–39.

11. Магидович М. Л. Профессиональная идентичность художника // Журнал социологии и социальной антропологии. 2004. Т. VII. № 3 С. 139–152.

12. Никонова Е. А. Дискурсивная практика и коммуникативная стратегия: эклектика vs полипарадигматизм? // Научный диалог. 2023. 12 (6). С. 123–139.

13. Новикова В. П., Баландина И. Д., Селютин А. А. Проблемы образования через призму кризисного дискурса (на примере англоязычных СМИ) // Вестник ЧелГУ. 2021. № 1 (447). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-obrazovaniya-cherez-prizmu-krizisnogo-diskursa-na-primere-angloyazychnyh-smi (дата обращения 02.03.2024).

14. Порядина Р. Н. Дискурсивные правила как текстопорождающий механизм (на материале русских говоров Среднего Приобья // Вестн. Том. гос. ун-та. 2007. № 294. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/diskursivnye-pravila-kak-tekstoporozhdayuschiy-mehanizm-na-materiale-russkih-govorov-srednego-priobya (дата обращения 12.03.2024).

15. Чепкина Э. В. Практики конструирования поля политики в журналистском дискурсе // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2012. № 6. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/praktiki-konstruirovaniya-polya-politiki-v-zhurnalistskom-diskurse (дата обращения 04.03.2024).

16. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис. Москва : Прогресс, 1996. 344 с.

References

1. Diskursivnye praktiki sovremennoy institutsional'noy kommunikatsii = Discursive practices of modern institutional communication : monograph. Edited by LV Kulikova. Krasnoyarsk: Sib. feder. un-ty, 2015. 182 p. (In Russ.).

2. Dobrosklonskaja TG. Mediadiskurs kak ob´ekt lingvistiki i mezhkul'turnoj kommunikatsii = Media discours as the object of linguistics und intercultural communication. *Vestnik Moskovskogo universiteta =Moscow University Bulletin. Serija 10 = Series 10. Zhurnalistika = Journalistic*. 2006;(2):20-33. (In Russ.).

3. Enina LV. Identichnost´ kak diskursivnyy kontsept i mekhanizmy diskursivnoy identificatsii = Identity as a discursive concept and discursive identification mechanisms. *Politicheskaya lingvistika = Political Linguistics.* 2016;(6). Available at: https://cyberleninka.ru/article/n/identichnost-kak-diskursivnyy-kontsept-i-mehanizmy-diskursivnoy-identifikatsii (accessed 12.02.2024). (In Russ.).

4. Esin SN. Pisatel´ v teotii literatury: problemy samoidentifikatsii = The writer in the theory of literature: the problems of identification: abstr. diss. ... Dr. Sci. (Philology). Moscow, 2005. 33 p. Available at: https://cheloveknauka.com/v/184653/a?#?page=1 (accessed 12.02.2024). (In Russ.).

5. Zachiosova IA. Povsednevnye diskursivnye praktiki gorodskoj sredy megapolisa = Discoursive urban practices of everyday life in megapolis. Psihologiya cheloveka kak sub´ekta poznaniya, obshcheniya i deyatel´nosti = Psychology of man as a subject of cognition, communication and activity. 2018. pp. 1803-1811. (In Russ.).

6. Ilyina IE, Morozova ON. Professional´nyy diskurs industrii krasoty: ot terminologii k ubezhdeniyu = Professional discourse of beauty industry : from terminology to belief. Sovremennye discursivnye praktiki: podkhody i resheniya = Contemporary discursive practices: approaches ans solutions : monograph. Tambov. 2023. pp. 57–73. (In Russ.).

7. Issers OS. Kommunikativnye strategii i taktiki russkoj rechi = Communication strategies and tactics of Russian speech. 3-e izd. Moscow. 2003. 284 p. (In Russ.).

8. Issers OS. Discursivnaya praktika kak nablyudaemaja real´nost´ = Discoursive practice as observable reality. *Vestnik OMGU = Bulletin Of Omsk State University.* 2011;(4): 227-232. Available at: https://cyberleninka.ru/article/n/diskursivnaya-praktika-kak-nablyudaemaya-realnost (accessed 07.03.2024). (In Russ.).

9. Kochergin VV, Kochergina IA. K voprosu o samoidentifikatsii pisatelya v interv´yu = On a question of the writer´s self-identification in interview. *Polilingual´nost´ i transkul´turnye praktiki = Polylinguality and transcultural practices.* 2014;(1): 143-148. Available at: https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-samoidentifikatsii-pisatelya-v-intervyu. (accessed 12.02.2022). (In Russ.).

10. Lappo MA. Sushchnost´ identichnosti i metody ee analiza v lingvisticheskikh/ psikholingvisticheskikh issledovaniykah. = The essence of identity and methods of its analysis in linguistic/psycholinguistic research. *Voprosy psikholingvistiki = Questions of psycholingustics.* 2014;(1(19):30-39. (In Russ.).

11. Magidovich ML. Professional´naya identichnost´ khudozhnika = Professional identity of artist. *Zhurnal sotsiologii i sotsial´noj antropologii= Journal of Sociology and social Anthropology.* 2004;7(3):139-152. (In Russ.).

12. Nikonova EA. Discursive practice and communicative strategy: eclecticism vs poly-paradigmatism? *Nauchnyy dialog = Scientific dialog.* 2023;(12(6):123-139. (In Russ.)

13. Novikova VP, Balandina ID, Selyutin AA. Educational problems from the perspective of crisis discourse (based on english mass media). Vestnik *ChelGU = Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2021;1(447):114-120. Available at: https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-obrazovaniya-cherez-prizmu-krizisnogo-diskursa-na-primere-angloyazychnyh-smi (accessed 02.03.2024). (In Russ.).

14. Poryadina RN. Diskursivnye pravila kak textoporozhdajushchiy mekhanizm (na materiale russkikh govorov Srednego Priob´ya) = Discursive rules as a text-generating mechanism (based on Russian dialects of the Middle Ob region). *Vestnik TomskGU = Bulletin Tomsk State University.* 2007;(294). Available at: https://cyberleninka.ru/article/n/diskursivnye-pravila-kak-tekstoporozhdayuschiy-mehanizm-na-materiale-russkih-govorov-srednego-priobya (accessed 12.03.2024). (In Russ.).

15. Chepkina EV. The practices of constructing of political field in the journalistic discurse. *Vestnik NGU = Bulletin of Novosibirsk State University. Seria: Istorija. Philologia.* 2012;(6). Available at: https://cyberleninka.ru/article/n/praktiki-konstruirovaniya-polya-politiki-v-zhurnalistskom-diskurse (accessed 04.03.2024). (In Russ.).

16. Eric H. Ericson Identity Youth and Crisis. Moskva. 1996. p. 344 (In Russ.).

Информация об авторе

У. А. Жаркова — кандидат филологических наук, заведующий кафедрой романо-германских языков и межкультурной коммуникации факультета лингвистики и перевода.

Information about the author

Uliana A. Zharkova — Candidate of Philological Sciences, Head of the Department of Romance and Germanic Languages of the Faculty of Linguistics and Translation.

Статья поступила в редакцию 17.08.2024; одобрена после рецензирования 13.09.2024; принята к публикации 24.09.2024.

The article was submitted 17.08.2024; approved after reviewing 13.09.2024; accepted for publication 24.09.2024.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 78–85.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):78-85.

УДК 808+316.77

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-78-85

РИТОРИЧЕСКОЕ ОФОРМЛЕНИЕ НАРРАТИВОВ О ПОБОЧНЫХ ЭФФЕКТАХ ОТ ВАКЦИНАЦИИ В МЕДИАКОММУНИКАЦИИ ПЕРИОДА ПАНДЕМИИ

Анна Юрьевна Саркисова

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия, ovanju@gmail.com, 0000-0001-5674-0962

Аннотация. На примере риторической специфики нарративов, посвящённых проблеме побочных эффектов и осложнений от прививки, показано, что обсуждение темы вакцинации от COVID-19 в социальных медиа являет собой яркий пример поляризованного дискурса. Материалом исследования становятся 40 303 сообщения, релевантных теме побочных эффектов и осложнений от вакцинации, опубликованные в период пандемии COVID-19 пользователями социальной сети «ВКонтакте». Использованы методы автоматизированной обработки данных (кластеризация, сентимент-анализ, количественно-статистический метод), лексический и риторический анализ. В исследуемой текстовой коллекции чётко прослеживаются проваксерский и антиваксерский нарративы. Риторика большинства текстов носит категоричный и безапелляционный характер. Авторы мало склонны к диалогу и восприятию аргументов оппонентов. Высокий эмоциональный градус коммуникации поддерживается актуализацией личных историй, «реальных случаев» из жизни знакомых и друзей. Антиваксерский нарратив особенно часто эксплуатирует риторику уязвимости детей и лиц с тяжёлыми хроническими заболеваниями. Проваксеры в основном апеллируют к этике (риторические «аргументы к долгу», обвинения в эгоизме, ссылки на уважение к труду медицинского персонала), а также высмеивают и дискредитируют оппонентов. Более активными оказываются пользователи с однозначной позицией по вопросу вакцинации, их посты адресованы скорее не непосредственным собеседникам, а читательской аудитории, в том числе не определившейся с решением о вакцинации. Результаты исследования могут быть учтены при изучении специфики поляризации мнений, разработке стратегий предотвращения её причин и следствий, а также при анализе коммуникативного поведения акторов в ситуациях кризисов и социального напряжения, прогнозировании реакций и корректировке поведенческих установок населения, связанных с общественным здоровьем.

Ключевые слова: нарративы о вакцинации, социальные сети, страх побочных эффектов, поляризованный дискурс, риторические аргументы, медиакоммуникация, большие данные

Благодарности. Исследование выполнено при финансовой поддержке РНФ, проект 23-28-01025 «Исследование нарративов в социальных медиа с применением технологии анализа больших данных (на примере нарративов о вакцинации от COVID-19)».

Для цитирования: Саркисова А. Ю. Риторическое оформление нарративов о побочных эффектах от вакцинации в медиакоммуникации периода пандемии // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 78–85. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-78-85.

Original article

RHETORIC OF NARRATIVES ABOUT SIDE EFFECTS FROM VACCINATION IN MEDIA COMMUNICATIONS DURING THE PANDEMIC

Anna Yu. Sarkisova

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia, ovanju@gmail.com, 0000-0001-5674-0962

Abstract. The rhetorical specificity of narratives devoted to the problem of side effects and complications from vaccination is used to show that the discussion of the topic of COVID-19 vaccination in social media is a vivid example of polarized discourse. The study material includes 40,303 messages relevant to the topic of side effects and complications from vaccination, published during the COVID-19 pandemic by users of the social network VKontakte.

© Саркисова А. Ю., 2024

The methods of automated data processing (clustering, sentiment analysis, quantitative-statistical method), lexical and rhetorical analysis are used. The studied text collection clearly shows pro-vaxxer and anti-vaxxer narratives. The rhetoric of most texts is categorical and peremptory. The authors are little inclined to dialogue and perceive the arguments of opponents. The high emotional degree of communication is maintained by the actualization of personal stories, "real cases" from the lives of acquaintances and friends. The anti-vaxxer narrative particularly actively exploits the rhetoric of vulnerability of children and people with severe chronic diseases. Pro-vaxxers mainly appeal to ethics (rhetorical "arguments to duty," accusations of selfishness, references to respect for the work of medical personnel), and also ridicule and discredit opponents. Users with an unambiguous position on the issue of vaccination are more active; their posts are addressed not so much to direct interlocutors as to the readership, including those who have not yet decided on vaccination. The results of the study can be taken into account when studying the specifics of polarization of opinions, developing strategies to prevent its causes and consequences, as well as when analyzing the communicative behavior of actors in situations of crisis and social tension, predicting reactions and adjusting behavioral attitudes of the population related to public health.

Keywords: vaccination narratives, social networks, fear of side effects, polarized discourse, rhetorical arguments, media communication, big data

Acknowledgments. The study was carried out with the financial support of the RSCF, project 23-28-01025 "Research of narratives in social media using Big Data analysis technology (using the example of narratives about vaccination against COVID-19)".

For citation: Sarkisova AYu. Rhetoric of Narratives about Side Effects from Vaccination in Media Communications during the Pandemic. *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;8(490):78-85. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-78-85.

Введение

Одной из наиболее острых и дискуссионных тем, обсуждаемых в медиапространстве в связи с пандемией COVID-19, стало отношение к массовой вакцинации. Обсуждения вакцинации в социальных медиа явили собой яркий пример поляризованного дискурса, в котором чётко выделяются проваксерские и антиваксерские нарративы [13; 14; 15]. Поддержка вакцинации как рекомендуемой наиболее надёжной защиты от коронавирусной инфекции государственной властью и официальной наукой позволяет оперировать категориями «гранд-нарратива» и «контрнарратива» [5; 10]. В эпоху краха авторитета гранд-нарратива [5], недоверия к экспертному знанию, а также доминирования цифровых технологий коммуникации «возникла новая постмодернистская парадигма здравоохранения, в которой власть перешла от врачей к пациентам, легитимность науки подвергается сомнению, а опыт пересматривается» [11].

Поляризация мнений в публичной коммуникации часто находит отражение в том, что значительная часть сообщений пользователей направлена не на утверждение положительной программы, а на отрицание аргументов противоположной стороны и/или прямую дискредитацию оппонентов. Тексты характеризуются агрессивностью [2], негативной тональностью [4], высокой манипулятивностью [6], риторикой ненависти [3].

Риторический анализ как метод исследования позволяет дифференцировать в поляризованных нарративах о вакцинации манипуляции и приёмы речевого воздействия и добросовестное изложение аксиологически содержательной позиции.

В настоящей работе проанализирована в данном контексте и на примере российского медиапространства одна тематическая группа нарративов, объединённая проблемой побочных эффектов и осложнений после вакцинации от COVID-19.

Цель — представить особенности риторического оформления текстов о побочных эффектах от вакцинации в российской социальной сети как атрибут поляризованного дискурса.

Практическая значимость исследования обусловлена возможностью установить на большой выборке данных, насколько пользователи социальной сети эксплицируют готовность к диалогу, восприятию противоположной позиции и последовательному донесению своей точки зрения по вопросу вакцинации от COVID-19. Полученные результаты могут быть использованы в разработке стратегий улучшения общественных коммуникаций, разработке информационных кампаний по теме общественного здоровья — с учётом прогнозируемых коммуникативных реакций и поведенческих установок целевой аудитории.

Материалы и методы исследования

В качестве источника материала выбрана социальная сеть «ВКонтакте» ввиду её популярности, а также открытого API, позволяющего

собирать данные автоматизированными методами. Предварительно было извлечено 4,5 млн сообщений по теме вакцинации от COVID-19, опубликованных пользователями «ВКонтакте» в период 01.01.2020–01.03.2023 (об этапе сбора данных см. подробнее [8]). Далее текстовая коллекция подвергалась тематическому моделированию, в результате которого было выделено 138 кластеров текстов, обнажающих нарративы о степени эффективности вакцин, важности коллективного иммунитета, отношении к коронавирусной инфекции, праве на выбор, теориях заговора, науке и псевдонауке, доверии к власти и др.

Для анализа риторической специфики выбран один из кластеров, посвящённый непосредственно заботе о здоровье, не фокусирующийся напрямую на политических, острых социальных проблемах, не отражающий конспирологические теории и т. д. Страх осложнений от вакцины теоретически представляется одним из наиболее рациональных, искренних аргументов, касающихся важной для каждого человека темы здоровья. Выбор кластера, таким образом, обусловлен относительной нерадикальностью содержания и актуальностью для массового пользователя. По итогам тематического моделирования содержание кластера выражено достаточно нейтральными терминами: *человек, побочка, последствие, врач, умереть, осложнение, риск, болезнь, лекарство, лечить.*

При обработке данных были использованы инструменты текстовой аналитики программной платформы PolyAnalyst [1; 7]. В работе актуализированы следующие методы исследования: кластеризация данных, сентимент-анализ, количественно-статистический, лексический анализ, риторический анализ текстов.

Результаты исследования и их обсуждение

Исследуемый кластер оказался 39-м из 138 по популярности, в нём представлено 40 303 сообщения пользователей «ВКонтакте».

Извлечённые тексты о побочных эффектах в свою очередь были подвергнуты кластеризации (табл. 1).

Результаты показывают обилие лексики группы «здоровье», свидетельствующей о семантической плотности кластера.

Актуальным оказывается личный опыт, истории знакомых и друзей (кластер 1): в постинформационную эпоху люди больше верят личным историям, нежели официальным данным и слоганам, примеры оказываются востребованнее заповедей. Нарративы как жизненные истории отличаются аксиологичностью, антропоцентричностью, эмоциональной насыщенностью.

Эмоция страха эксплицируется как ведущая в сообщениях о побочных эффектах: на рис. 1 представлены результаты автоматизированного анализа тональности применительно к объекту

Таблица 1
Table 1

Результаты кластеризации текстов о побочных эффектах от вакцинации

№	Содержание кластера	Количество текстов
1	Привиться, переболеть, знакомый, болеть, перенести, друг, ковид, заболеть, день, тяжело	5356
2	Лечение, умереть, болезнь, заболеть, ковид, дать, привитый, лечить, спасти, тысяча	4230
3	Врач, лечить, лечение, пациент, медицина, препарат, лекарство, назначить, протокол, антибиотик	3896
4	Ребёнок, дитя, родитель, прививка, осложнение, ответственность, случай	3677
5	Риск, решение, вероятность, последствие, взвесить	3073
6	Вред, организм, здоровье, иммунитет, здоровый, нанести, питание, польза, образ, жизнь	2998
7	Реакция, шок, анафилактический, аллергический, аллергия, случай, индивидуальный, побочка, непереносимость	2970
8	Побочный, эффект, лекарство, действие, инструкция	2655
9	Противопоказание, медотвод, вакцинация, обследование, заболевание, хронический, врач, отвод, пункт, аллергия	2447
10	Ответственность, государство, почему, деньги, подписать, укол, взять, купить, бесплатно, бесплатный	2356
11	Рак, заболевание, онкология, инсульт, умереть, смерть, инфаркт, бесплодие, диабет, причина	2294
12	Испытание, препарат, иммунитет, исследование, организм, пройти, клинический, вирус, эксперимент, иммунный	2248
13	Побочка, тромбоз, умереть, спутник, миллион, тромб, риск, смерть, пить, корона	2103

«побочка / побочный» (лексические связи с наибольшим весом обозначены более крупным размером узлов).

Известно, что в обсуждениях вакцинации в социальных сетях, в том числе в зарубежных, «к числу наиболее частых относятся нарративы о коррумпированных элитах и риторика, апеллирующая к уязвимости детей» [12]. Данные нарративы обозначены и в представленной выборке (кластеры 4 и 10). Нежелание пользователей вакцинироваться часто коррелирует с недоверием к власти, обвинением её в безответственности, а также материальной заинтересованности власть имущих на разных уровнях. В риторике противников вакцинации регулярны также спекулятивные акценты на наиболее уязвимых группах населения — помимо детей и пожилых людей, это в данном случае больные тяжёлыми хроническими заболеваниями (кластер 11). Типичный по риторической организации пример текста пользователя «ВКонтакте»: *«Насчёт небольшого урона от прививки — расскажите это родителям, чьи дети стали инвалидами (это про другие прививки, по ковиду данных-то пока нет). Посмотрите фильм Роберта де Ниро «Отвакциненные» (это конкретно про аутизм). Задайтесь вопросом, почему компании, производящие вакцины, выплачивают компенсации по многим искам. Даже временные реакции организма на вакцину (например, почти отнявшаяся нога) говорят об ударе по нервной системе. Статистику и исследование осложнений, тем более отдалённых, никто не ведёт — ведь кучу бабла потеряют».* Или: *«А эту вакцину, сошлёпанную наспех на коленке, я всерьёз не воспринимаю и прививаться не буду. И детей своих не дам. Тем более где гарантии, что не существуют два варианта вакцины — для элиты и для простых граждан, как и всё в этом мире?».*

Однако поляризация, свойственная дискурсу вакцинации в целом, сохраняется и в рассматриваемой текстовой выборке о побочных эффектах. Представленные в большом количестве негативные по отношению к вакцинации тексты сопровождаются активной полемической реакцией на них.

Так, второй по популярности кластер (кластер 2) посвящён опасности коронавирусной инфекции и работе врачей, спасающих жизни. Риторика проваксеров отличается не меньшим обвинительным пафосом и набором манипуляций, чем у оппонентов. В основном, они прибегают к этическим аргументам: апелляцией к ответственности перед окружающими людьми, которых непривитые могут заразить (риторический «аргумент к долгу») и осуждением неблагодарности по отношению к тяжёлому труду врачей. Пример типичного текста: *«Так тяжело на душе... От того, что антивакцинаторы думают, что имеют право не делать прививку и заниматься кликушеством... Из-за них погибают слабые слои населения, из-за них валятся с ног от усталости врачи и медперсонал. У меня нет к ним жалости. В особенных случаях не должно быть права выбора, например, пандемия. Исключение — те, кому дан медотвод. Благодаря вакцинации человечество ещё существует и развивается! Не доросли мы, к сожалению, до ответственности перед другими. Перед обществом в целом».* Или: *«Ознакомьтесь с противопоказаниями*

Рис. 1. Анализ тональности применительно к объекту «побочка»
Fig. 1. Tonality analysis in relation to the "side" object

вакцины, прежде чем оскорблять и обвинять медработников! Когда температура 37, что-то у вас все врачи прекрасные, потому что загнётесь без них! Что за народ, стыдно за вас!».

При этом проваксеры, как видно уже из этих примеров, едва ли не больше склонны к дискредитации оппонентов, стигматизации и навешивании ярлыков.

Слово «антипрививочник» встречается в текстах 1285 раз, слово «антиваксер» — 567 раз. Они оказываются в резко негативном лексическом и общем смысловом контексте. Например: *«Алексей, ну это один из основных приёмов антипрививочников: выдавать последствия болезни за побочки от вакцины».* Или: *«Антипрививочник спрашивает у инженера: "Безопасно ли проходить по этому мосту?" Инженер отвечает: "Проходить по этому мосту безопасно на 99,97%". Антипрививочник: "Хм. Тогда я лучше вплавь". Шанс осложнений от вакцины намного ниже, чем шанс серьезно пострадать от ковида».*

Многократно предлагается ограничить права противников вакцинации на медицинское обслуживание. Например: *«Надо всем, кто отказался от вакцины, лечение от ковида предоставлять на платной основе. Медики с ног сбиваются, а тут ещё идеологические антипрививочники».* Или: *«Я всем антипрививочникам говорю: "Если ты против прививки, то будь последовательным и в случае ковида не обращайся к врачам. Не отнимай их время"».* Или: «*Я лично считаю — чем больше антипрививочников, тем меньше антипрививочников».*

Кластер 5 в исследуемой текстовой выборке обозначает популярную в дискурсе вакцинации тему отсутствия гарантий безопасности прививки, риска и принятия решений. Слово «гарантия» является частотным, встречается 2299 раз. Противники вакцинации полагают, что при отсутствии гарантий безопасности государство не имеет права принуждать население вакцинироваться. Сторонники вакцинации говорят о невозможности абсолютной безопасности при любом медицинском вмешательстве, отсутствии у оппонентов здравого смысла и желания взвесить и сравнить последствия в случае вакцинации или заражения коронавирусной инфекцией. Риторика сторонников вакцинации вновь не менее агрессивна, активно используются аргументы-аналогии, часто доведённые до абсурда. Например: *«Вы ж всё равно поверите в чушь, вам надо просто найти «зло» которому надо противостоять... Не прививка, так другое зло найдёте. Обязательно. Ничего не изменится. Давайте пару идей подкину: прочитайте побочные эффекты аспирина и капель в нос. Там даже летальные исходы есть!!!!! Надо срочно бороться с аспирином и сосудосуживающими каплями в нос. От аспирина можно умереть!!!!! (кстати, знаю реальный случай смерти от 1 таблетки аспирина). А нам его назначают! Это геноцид народа!».* Более сдержанные по эмоциональной тональности тексты так же не обходятся без перехода на личности и неконструктивного дидактизма: *«Взрослый человек должен уметь сопоставлять риски (в данном случае от встречи с вакциноуправляемой инфекцией и от гипотетически возможных осложнений вакцинации) и делать свой осознанный выбор в ту или иную сторону. Без истерик и требований к посторонним взять ответственность за себя на себя».*

Поведение противников вакцинации многократно называется «детским», «не взрослым». Например: *«Только ребёнок может просить гарантий».* Или: *«Анжела, назовите хоть один пример из медицины, где есть 100 % гарантия. Только смерть даёт 100 % гарантию, все остальные прививки, уколы, операции, процедуры не имеют 100 % гарантии. Бывает, люди умирают в кресле стоматолога, придя лечить кариес, вы теперь зубы лечить перестанете? Вы тут очередная протестующая с логикой подростка».*

В рассуждениях о гарантиях и вероятностях наблюдается регулярное манипулирование статистикой без ссылок на источники. Например: *«Риск серьёзных побочек от вакцины 0,08 процента. Риск умереть от ковида около 5–7 процентов».* Или: *«Я не верю в конспирологические теории. Привыкла оперировать голыми фактами, а они гласят: без прививки шанс заболеть и покинуть нашу бренную землю очень велик. Особенно, если вам за 50. С вакциной шанс выжить — более 90 процентов».* Приём используется и противниками вакцинации: *«Страшнее всего, что уже подкрадываются к детям! Надеюсь, порядочные и честные медики не станут убивать детей. Из статьи: для детей шанс умереть от вакцины в 50 раз выше шанса умереть от вируса».*

Кластер 12 связан с темой недостаточного количества испытаний вакцин от COVID-19, с недоверием к конкретным вакцинам. Прогнозируемые в антиваксерских нарративах последствия максимально драматизируются: *«Весь мир болеет, и теперь всех будут лечить вакциной, созданной за два месяца, нереально за такой срок создать*

и всесторонне испытать вакцину, поэтому результат от вакцинирования будет плачевный, будут трупы и инвалиды».

Слово «инвалид» оказывается одним из наиболее частотных (появляется в 1466 текстах) тематически значимых терминов в исследуемой выборке. Подобная эмоционально нагруженная лексика служит средством нагнетания страха. Вероятные негативные последствия вакцинации доводятся до крайней степени (инвалидность, смерть). Например: *«Алексей, простите, с лекарствами не то же самое. Лекарства мы применяем при болезни, и риск там оправдан, чтобы больной из состояния "нездоровье" перешёл в состояние здоровья. Вакцины же делаются здоровым детям (взрослым). С риском получить из здорового — больного или инвалида. Это не "печальное исключение", а вполне просчитываемый риск. Который может случиться при соблюдении всех условий, тут не надо лукавить».* Или: *«Сколько людей умерло, стали инвалидами, потеряли детей после непроверенной вакцинации. Включайте мозги, не будьте серой массой перед тем, как принять решение!!!».*

Достаточно частотным также оказывается словосочетание «естественный отбор» (211 упоминаний в уникальных контекстах). В антиваксерских нарративах возникает корреляция с теориями заговора: *«Покажите мне человека в наше время абсолютно здорового, новорождённые дети уже рождаются с хроническими заболеваниями и патологиями, а они призывают вакцинироваться! Одним словом, ведут естественный отбор: кто посильнее выживет, кто слабее умрёт. Умное правительство: все анализы платные, КТ, анализы на антитела, препараты дорогостоящие, а вакцина бесплатная!!! Прямо фантастическая сказка».* Проваксеры тоже используют данное словосочетание для высмеивания и дискредитации позиции оппонентов: *«Ольга, я уже ответил на ваши вопросы. Я согласен с вами, что должен быть чистый естественный отбор. Долой вакцины, долой антибиотики, даёшь лечением заговорами и травами. А то от лекарств фертильность пропадает».*

Среди распространённых риторических аргументов в исследуемой текстовой коллекции оказывается аргумент к здравому смыслу. Например: *«Ну вот, подумайте сами, как прививка от вируса может вызвать бесплодие? Какой механизм? Ну это же бред».* Или: *«Вакцину уже купила 51 страна в мире, и если бы с ней было что-то не так, нас бы уже похоронили! <...> Вот и решайте, что страшнее — болезнь или надуманные осложнения "непроверенной" вакцины, которая вышла на международный рынок!».* Противники вакцинации также призывают к логике: *«Анна, но ведь вакцина не защищает от заражения. Получается, прививаясь, она к страху заражения получит ещё страх того, что вколола в себя экспериментальный препарат, и теперь, может, когда-нибудь у неё выстрелит какая-нибудь побочка. Даже вот из этой математики понятно, почему автор вопроса ищет варианты методвода».* Данные тексты вновь отличаются категоричностью, авторы мало восприимчивы к позиции оппонентов.

Выводы

Таким образом, особенности медиакоммуникации в рамках дискурса вакцинации демонстрируют слабую открытость коммуникантов к диалогу. Исследования подтверждают, что «люди склонны передёргивать или игнорировать информацию, если она противоречит позиции, которую они твердо идентифицируют — эффект, который был продемонстрирован во многих контекстах, включая вакцинацию» [14, с. 2]. Публикуют сообщения, в основном, пользователи с однозначной позицией по вопросу вакцинации, их посты адресованы скорее не непосредственным собеседникам, а читательской аудитории, в том числе не определившейся с решением о вакцинации. В частности, известно, что «антивакцинные сообщества очень эффективны в обращении к неопределившимся людям» [13]. Имеются также исследования о том, что лингвистические средства выразительности влияют на желание пользователей поделиться сообщением (переслать) [9]. Резкая риторика текстов связывается и с потребностью выплеснуть агрессию и напряжение в ситуации страха и неопределённости. Кроме того, радикально настроенные пользователи могут использовать злободневную тематику для манипуляций, воздействия на общественное мнение с прагматическими намерениями разной природы.

Список источников

1. Ананян С. М., Сазонов Д. С., Слынько Ю. Н., Соломатин Е. Б. Аналитическая платформа PolyAnalyst: архитектура, функциональность, практика применения. М. : Горячая линия – Телеком, 2023. 232 с.

2. Ефремов В. А. Риторика антиваксеров: Интернет-извод // Язык – речь – текст в Интернет-коммуникации: сб. статей по материалам Всероссийского научного вебинара с международным участием. Нижний Новгород : Изд-во ННГУ, 2023. С. 19–27.

3. Колотаев Ю. Ю. Политические последствия цифровизации риторики ненависти в эпоху постправды: влияние на эмоциональные режимы в ходе цифровых конфликтов // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2022. Т. 24, № 3. С. 517–529.

4. Левин А. И., Левина Л. В. Риторика антиваксеров в социальных сетях в период второй и третьей волн новой коронавирусной инфекции в России // Теория и практика общественного развития. 2022. № 7. С. 29–38.

5. Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна. М. : Институт экспериментальной социологии; СПб. : Алетейя, 1998. 160 с.

6. Павлова Е. С., Малыгина Л. Е. Проблемы лингвобезопасности в современном медиадискурсе // Риторика и речекоммуникативные дисциплины в науке и практике современного общества: сб. материалов XXV Международной научной конференции по риторике. М. : Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2022. С. 357–362.

7. Петров Е. Ю., Саркисова А. Ю. Ресурс аналитической платформы PolyAnalyst в социогуманитарных научных исследованиях // Открытые данные – 2021: материалы форума (Севастополь, 30 сентября – 2 октября 2021 г.). Томск: Изд-во Том. ун-та, 2021. С. 94–104.

8. Саркисова А. Ю., Петров Е. Ю., Дунаева Д. О. Разработка системы лингвистических маркеров для автоматизированной выгрузки тематических текстовых данных из социальной сети // Государственное управление. Электронный вестник. 2023. № 97. С. 70–84.

9. Borghouts J., Huang Y., Hopfer S., Li Ch., Mark G. Wording Matters: the Effect of Linguistic Characteristics and Political Ideology on Resharing of COVID-19 Vaccine Tweets // ACM Transactions on Computer-Human Interaction. 2024. Vol. 31, Iss. 4. Art. no. 44. P. 1–23.

10. Dey P., Steyaert Ch. The Politics of Narrating Social Entrepreneurship // Journal of Enterprising Communities People and Places in the Global Economy. 2010. Vol. 4, Iss. 1. P. 85–108.

11. Kata A. Anti-vaccine Activists, Web 2.0, and the Postmodern Paradigm – An Overview of Tactics and Tropes used Online by the Anti-vaccination Movement // Vaccine. 2012. № 30. P. 3778– 3789.

12. Hughes B., Miller-Idriss C., Piltch-Loeb R., Goldberg B., White K., Criezis M., Savoia E. Development of a Codebook of Online Anti-Vaccination Rhetoric to Manage COVID-19 Vaccine Misinformation // International Journal of Environmental Research and Public Health. 2021. Vol. 18, no. 14. P. 7556.

13. Johnson N. F., Velarsquez N., Restrepo N. J., Leahy R., Gabriel N., El Oud S., Zheng M., Manrique P., Wuchty S., Lupu Y. The Online Competition between Pro- and Anti-vaccination Views // Nature. 2020. P. 1–4.

14. Mønsted B., Lehmann S. Characterizing Polarization in Online Vaccine Discourse – A large-scale Study // PLoS ONE. 2022. Vol. 17 (2). e0263746.

15. Shi J., Ghasiya P., Sasahara K. Psycho-linguistic Differences among Competing Vaccination Communities on Social Media // APSIPA Transactions on Signal and Information Processing. 2022. № 11. e15.

References

1. Ananyan SM, Sazonov DS, Slyn'ko YuN, Solomatin EB. Analiticheskaya platforma PolyAnalyst: arkhitektura, funktsional'nost', praktika primeneniya = PolyAnalyst analytical platform: architecture, functionality, application practice. Moscow; 2023. 232 p. (In Russ.).

2. Efremov VA. Rhetoric of anti-vaxxers: Internet version. In: Yazyk – rech' – tekst v Internet-kommunikatsii = Language – speech – text in Internet communication. Nizhny Novgorod; 2017. Pp. 19–27. (In Russ.).

3. Kolotaev YuYu. Politicheskie posledstviya tsifrovizatsii ritoriki nenavisti v epokhu postpravdy: vliyanie na emotsional'nye rezhimy v khode tsifrovykh konfliktov = Political implications of hate speech digitalization in a post-truth era: Impact on emotional regimes in digital conflicts. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov = RUDN Journal of Political Science.* 2022;24(3):517-529. (In Russ.).

4. Levin AI, Levina LV. Ritorika antivakserov v sotsial'nykh setyakh v period vtoroy i tret'ey voln novoy koronavirusnoy infektsii v Rossii = Anti-vaxxer rhetoric in social networks during the second and third waves of the new coronavirus infection in Russia. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya = Theory and practice of social development.* 2022;(7):29-38. (In Russ.).

5. Lyotard ZhF. Sostoyanie postmoderna = The state of postmodernism. Moscow; 1998. 160 p. (In Russ.).

6. Pavlova ES, Malygina LE. Problems of linguistic safety in modern media discourse. In: Ritorika i rechekommunikativnye distsipliny v nauke i praktike sovremennogo obshchestva = Rhetoric and speech communication disciplines in science and practice of modern society. Moscow; 2022. Pp. 357–362. (In Russ.).

7. Petrov EYu, Sarkisova AYu. Resurs analiticheskoy platformy PolyAnalyst v sotsiogumanitarnykh nauchnykh issledovaniyakh = Resource of the analytical platform PolyAnalyst Tomsk; 2021. Pp. 94–104. (In Russ.).

8. Sarkisova AYu, Petrov EYu, Dunaeva DO. Razrabotka sistemy lingvisticheskikh markerov dlya avtomatizirovannoy vygruzki tematicheskikh tekstovykh dannykh iz sotsial'noy seti = Development of a system of linguistic markers for automated unloading of thematic text data from a social network. *Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyy vestnik = Public Administration. E-journal.* 2023;(97):70-84. (In Russ.).

9. Borghouts J, Huang Y, Hopfer S, Li Ch, Mark G. Wording matters: the effect of linguistic characteristics and political ideology on resharing of COVID-19 vaccine tweets. ACM Transactions on Computer-Human Interaction. 2024;31(4):e44.

10. Dey P, Steyaert Ch. The politics of narrating social entrepreneurship. Journal of enterprising communities people and places in the global economy. 2010;4(1):85-108.

11. Kata A. Anti-vaccine activists, web 2.0, and the postmodern paradigm – An overview of tactics and tropes used online by the anti-vaccination movement. Vaccine. 2012;(30):3778-3789.

12. Hughes B, Miller-Idriss C, Piltch-Loeb R, Goldberg B, White K, Criezis M, Savoia E. Development of a codebook of online anti-vaccination rhetoric to manage COVID-19 vaccine misinformation. International Journal of Environmental Research and Public Health. 2021;18(14):7556.

13. Johnson NF, Velarsquez N, Restrepo NJ, Leahy R, Gabriel N, El Oud S, Zheng M, Manrique P, Wuchty S, Lupu Y. The online competition between pro- and anti-vaccination views. Nature. 2020:1-4.

14. Mønsted B, Lehmann S. Characterizing polarization in online vaccine discourse – A large-scale study. PLoS ONE. 2022;17(2);e0263746.

15. Shi J, Ghasiya P, Sasahara K. Psycho-linguistic differences among competing vaccination communities on social media. APSIPA Transactions on Signal and Information Processing. 2022;(11):e15.

Информация об авторе

А. Ю. Саркисова — кандидат филологических наук, доцент, научный сотрудник факультета государственного управления.

Information about the author

A. Yu. Sarkisova — Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Researcher of the School of Public Administration.

Статья поступила в редакцию 23.05.2024; одобрена после рецензирования 27.06.2024; принята к публикации 24.09.2024.

The article was submitted 23.05.2024; approved after reviewing 27.06.2024; accepted for publication 24.09.2024.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 86–95.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):86-95.

Научная статья

УДК 81`272.12

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-86-95

ДИСКУРСИВНЫЕ МЕХАНИЗМЫ КОММУНИКАТИВНОГО ПАРТНЕРСТВА ПРИ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ЗНАНИЯ

Елена Мухамедовна Хакимова

Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет), Челябинск, Россия, khakimovaem@susu.ru, 0000-0002-2948-9482

Аннотация. Статья посвящена осмыслению актуальной для постиндустриального общества проблемы просветительских процессов в цифровой среде, создающей благоприятные условия для распространения профессиональной информации в массовой аудитории на принципах добровольности, взаимной заинтересованности и субъектности как создателей, так и потребителей экспертного контента. Цель работы — выявить дискурсивные механизмы, обеспечивающие реализацию стратегии коммуникативного партнерства в русскоязычных подкастах, посвящённых популяризации знаний о языке. Теоретические основания исследования связаны с концептуальными положениями теории речевого воздействия и дискурсологии. Эмпирическую базу составили аудиотреки подкастов, размещённых на популярной стриминговой платформе «Яндекс Музыка» и рекомендованных к прослушиванию справочно-информационным порталом «Грамота.ру»: «Азы Языка», «Глагольная группа», «Заметки на полях», «Как это по-русски», «Розенталь и Гильденстерн». Для изучения указанного материала использовались методы коммуникативно-прагматического и лингвостилистического анализа. В ходе исследования установлено, что в рассмотренных подкастах стратегия коммуникативного партнёрства реализуется через речевые тактики самопрезентации и кооперации, их взаимодействие обеспечивает динамику коммуникативного фокуса, сосредоточенного на адресанте в первом случае и на целевой аудитории во втором. Определены и продемонстрированы на примерах коммуникативные ходы, использованные в рамках указанных речевых тактик: самопрезентацию обеспечивают формирование имиджа подкаста, освещение его ретроспективы и перспективы, представление адресантов, их аксиологическое позиционирование, субъективизация изложения, описание сложности когнитивных процессов; кооперация эксплицируется в таких речевых действиях, как определение целевой аудитории, обращение к речевому этикету, создание эффекта соприсутствия слушателей при подготовке выпуска, введение голоса адресата через цитирование его высказываний, прогнозирование реакции аудитории, косвенное стимулирование её эвристической активности, переключение и смешение лингвистических кодов, геймификация, приглашение к установлению обратной связи. Особое внимание в работе уделено языковым маркерам дискурсивных механизмов коммуникативного партнерства — лексическим, грамматическим, жанрово-речевым, стилистическим единицам, выразительность которых в аудиотреках подкастов усиливается паралингвистическими средствами.

Ключевые слова: медиакоммуникация, медиадискурс, подкаст, популяризация науки, репрезентация лингвистического знания, коммуникативное партнёрство, речевая стратегия, речевая тактика, коммуникативный ход, языковой маркер дискурсивного механизма

Для цитирования: Хакимова Е. М. Дискурсивные механизмы коммуникативного партнерства при популяризации лингвистического знания // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 86–95. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-86-95.

Original article

DISCURSIVE MECHANISMS OF COMMUNICATIVE PARTNERSHIP IN THE POPULARIZATION OF LINGUISTIC KNOWLEDGE

Elena M. Khakimova

South Ural State University (National Research University), Chelyabinsk, Russia, khakimovaem@susu.ru, 0000-0002-2948-9482

Abstract. The article highlights the problem of educational processes in the digital environment, which is relevant for post-industrial society and creates favorable conditions for the dissemination of professional information to a

© Хакимова Е. М., 2024

mass audience on the principles of voluntariness, mutual interest and subjectivity of both creators and consumers of expert content. The paper aims to identify discursive mechanisms that ensure the implementation of the strategy of communicative partnership in Russian-language podcasts devoted to the popularization of language knowledge. The theoretical foundations of the study are related to the conceptual provisions of the theory of speech influence and discourse studies. The empirical base was made up of audio tracks of podcasts posted on the popular streaming platform "Yandex Music" and recommended for listening by the reference and information portal "Gramota.ru": "Language basics", "Verb group", "Notes on the margins", "How it is in Russian", "Rosenthal and Guildenstern". The methods of communicative-pragmatic and linguistic analysis were used to study this material. The results of the study prove that in the considered podcasts the strategy of communicative partnership is realized through the speech tactics of self-presentation and cooperation, their interaction provides the dynamics of communicative focus, concentrated on the addressee in the first case and on the target audience in the second. The paper defines and demonstrates the communicative moves used in the framework of these speech tactics: self-presentation is provided by the formation of the podcast image, coverage of its retrospective and perspective, presentation of addressees, their axiological positioning, subjectivization of the presentation, description of the complexity of cognitive processes; cooperation is expressed in such speech actions as identification of the target audience, reference to speech etiquette, creation of the effect of listeners' presence in the preparation of the issue, introduction of the goal of the podcast, introduction of the target audience, and introduction of the target audience. Special attention is paid to the linguistic markers of discursive mechanisms of communicative partnership – lexical, grammatical, genre and speech, stylistic units, the expressiveness of which in podcast audio tracks is enhanced by paralinguistic means.

Keywords: media communication, media discourse, podcast, popularization of science, representation of linguistic knowledge, communicative partnership, speech strategy, speech tactics, communicative move, linguistic marker of the discursive mechanism

For citation: Khakimova EM. Discursive Mechanisms of Communicative Partnership in the Popularization of Linguistic Knowledge. *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;(8(490):86-95. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-86-95.

Введение

Успешность профессиональной и личностной реализации человека в информационном обществе обеспечивается множеством факторов, среди которых значимое место занимает способность коммуникантов взаимодействовать в рамках партнерства — отношений, основанных на принципах добровольности, взаимной заинтересованности и признания ценности каждого участника совместной деятельности, направленной на достижение общей цели. Значительные возможности для приобретения такого опыта, на наш взгляд, предоставляет современная просветительская сфера, связанная с популяризацией научных знаний, создающей благоприятные условия для развития ключевых компетенций XXI в. — критического мышления, креативности, кооперации и коммуникации [16].

Специфика распространения экспертной информации в непрофессиональной аудитории обусловлена когнитивной дистанцией между отправителями и получателями сообщений. Указанная асимметрия традиционно соотносится с патерналистской моделью, когда специалист не только инициирует коммуникацию, но и единолично определяет её содержательное наполнение, а также форму предъявления контента, воспринимая адресата в качестве объекта речевого воздействия. Развитие информационных технологий вносит изменения в отмеченную диспозицию: в цифровой среде менее информированный участник коммуникации проявляет субъектность, и настоящее исследование направлено на изучение дискурсивных механизмов, обеспечивающих этот процесс.

Обзор литературы

Теоретические основания данной работы восходят к положениям теории речевого воздействия в аспекте его мотивационной обусловленности и целенаправленности [6]. При таком подходе в качестве базовых используются понятия речевых стратегий, тактик, коммуникативных ходов и языковых маркеров для выражения соответствующих смыслов. В нашей статье под стратегией понимается общая траектория речевого поведения, которая определяется целью общения, характеристиками коммуникантов, условиями их взаимодействия и включает в себя этапы планирования (когнитивный уровень), воплощения этого плана (уровень речепорождения) и фиксации коммуникативного результата (текстуальный уровень) [8]. Для реализации стратегии применяются тактики, направленные на решение частных коммуникативных задач через набор ходов, каждый из которых представляет собой конкретное речевое действие. Индикаторами указанных когнитивно-прагматических механизмов являются

языковые единицы — вербальные средства, воплощающие авторский замысел.

Поскольку речевое поведение коммуникантов соотносится с экстралингвистическим контекстом, понятийный аппарат теории речевой деятельности органично включается в работы, посвященные изучению различных видов дискурса. Анализ научной литературы позволяет сделать вывод о том, что в ней представлено детальное описание речевых стратегий и тактик, используемых участниками маркетинговых [17], медицинских [1], политических [19], образовательных [14], религиозных [18] и др. коммуникаций. Значительное внимание уделяется весьма динамичному и многообразному в речевых манифестациях медийному дискурсу: предметом прагмалингвистического анализа становятся тексты в прессе [2], на телевидении [7] и радио [5; 11], а также в новых медиаформатах TED-конференции [9], подкастинга [12] и др. Наше исследование также направлено на осмысление актуальных коммуникативных практик, формирование и развитие которых связано с цифровой средой.

Цель данной статьи — рассмотреть дискурсивные механизмы, обеспечивающие реализацию стратегии коммуникативного партнерства в русскоязычных подкастах, посвящённых популяризации знаний о языке. Для достижения указанной цели решались следующие задачи: 1) определить, к каким речевым тактикам обращаются носители экспертной информации для получения желаемого результата; 2) выявить использованные коммуникативные ходы; 3) идентифицировать языковые средства их реализации. Мы полагаем, что такая исследовательская логика отражает организацию «речедеятельностной причинно-следственная цепочки» [13].

Эмпирическая база и методология исследования

Эмпирическую базу составили аудиотреки подкастов, получивших рекомендацию к прослушиванию на справочно-информационном портале «Грамота.ру»[1] и представленных на популярной в России стриминговой платформе «Яндекс Музыка».

«Азы Языка» (2022–2024). Ведущая Мимоза Фахрутдинова — канд. филол. наук, доцент кафедры русского языка и языкознания Казанского инновационного университета имени В. Г. Тимирясова, победитель Всероссийского конкурса «Медиапедагог года 2023» в номинации «За инновационное использование медиаобразовательных технологий в сфере просвещения». Тематика — языковые и невербальные знаки в современной русской речи, функционирование русского языка в различных сферах человеческой деятельности, вопросы его преподавания, занимательные сведения о других языках и т. д.; форма речевой манифестации — монолог и диалог, жанры — трейлер (анонсы каждого сезона), лекция, сообщение, интервью (с коллегами, студентами и другими гостями подкаста)[2].

«Глагольная группа» (2023–2024). Ведущие: Игорь Исаев — канд. филол. наук, заместитель директора по научной работе Института языкознания РАН (ИЯз РАН), фонетист и полевой диалектолог и Дмитрий Коломацкий — канд. филол. наук, заведующий отделом прикладной лингвистики ИЯз РАН, специалист по корпусным исследованиям и Python-разработчик. Тематика — знания о языках, полученные в ходе лингвистических экспедиций по регионам России и других стран, социолингвистика, прикладное языкознание; форма речевой манифестации — диалог, жанры — кохостинг (беседа соведущих), интервью (с сотрудниками ИЯз РАН)[3].

«Заметки на полях» (2023–2024). Ведущие: Владимир Пахомов — канд. филол. наук, научный сотрудник Института русского языка имени В. В. Виноградова РАН (ИРЯ РАН), научный руководитель портала «Грамота.ру» и Ирина Лейк — лингвист-переводчик, писатель. Тематика — языковые феномены в книжной речи; форма речевой манифестации — диалог, жанр — кохостинг[4].

«Как это по-русски» (2018–2024). Ведущие: журналисты РИА «Новости» Анна Глушенкова, Руслан Жигалов, Анастасия Кудрявцева и др. Тематика — единицы русского языка в культурном контексте; форма речевой манифестации — монолог с включением в авторское высказывание экспертных комментариев, жанр — сообщение с элементами радиопостановки[5].

[1] Орлова А. Вслух о языке: лингвистическое просвещение в аудиоформате. URL: https://gramota.ru/journal/rekomenduem/vslukh-o-yazyke-lingvisticheskoe-prosveshchenie-v-audioformate (дата обращения: 08.08.2024).

[2] URL: https://music.yandex.ru/album/22609881?activeTab=track-list (дата обращения: 08.08.2024).

[3] URL: https://music.yandex.ru/album/27506172?activeTab=track-list (дата обращения: 08.08.2024).

[4] URL: https://music.yandex.ru/album/30109420?activeTab=track-list (дата обращения: 08.08.2024).

[5] URL: https://music.yandex.ru/album/6411658/track/47287853?activeTab=track-list&dir=desc (дата обращения: 08.08.2024).

«Розенталь и Гильденстерн» (2019–2024). Ведущие: Владимир Пахомов — один из соавторов описанного выше подкаста «Заметки на полях», и Александр Садиков — журналист и шеф-продюсер студии подкастов «Техника речи». Тематика — современность и история русского языка в функциональном, социолингвистическом, когнитивном, прагматическом, геополитическом и других аспектах; форма речевой манифестации — диалог, жанры — кохостинг и интервью (с приглашенными лингвистами и другими профессиональными коммуникаторами)[1].

При изучении указанного материала применялись качественные методы коммуникативно-прагматического (задачи 1 и 2) и лингвостилистического (задача 3) анализа с учётом методик, использованных в работах Т. Е. Арсеньевой [3] и Н. Г. Нестеровой [10].

Результаты анализа и обсуждение

Изучение представленных в нашей эмпирической базе аудиотреков показало, что стратегия партнёрской регламентации дискурсивной дистанции между участниками речевого общения реализуется в тактиках самопрезентации и кооперации с коммуникативным фокусом на адресанте в первом случае и на целевой аудитории —во втором.

1. Тактика самопрезентации обеспечивает информирование о ключевых характеристиках подкаста и его авторах. Назовём коммуникативные ходы, в которых она эксплицируется.

Формирование имиджа подкаста (джингл, наименование медиапродукта, обозначение его тематической доминанты, названия площадок размещения в цифровом пространстве): *Вы слушаете подкаст **«Заметки на полях»** // <...> Это подкаст / посвящённый языку и книгам // И мы бродим с Ириной по полям книг / по полям словарей и рассказываем / что интересного на этих полях можно обнаружить //* («Заметки на полях», 03.04.2024). Следует отметить, что в подкастах, как и в радиопередачах, указанный приём используется неоднократно, он может не только начинать аудиотрек выпуска, но и завершать его: *Это был эпизод подкаста **«Как это по-русски»** // Слушайте нас **на сайте ria.ru / Яндекс Музыке / Apple / Google Podcasts и других доступных агрегаторах*** («Как это по-русски», 27.04.2024).

Представление ретроспективы и перспективы проекта: *Ну вот смотрите / вот такой **промежуточный итог** у нас с вами есть // <...> Вот пять выпусков // Мы коротенечко по ним прокатились / ровно для того чтобы вы нас не забывали / и было ощущение того / что мы с вами // Но это ощущение **продлится** // Традиционно принято как? Конец года / конец сезона // Ничего подобного // Мы постараемся сделать так / чтобы продлить экспедиционный сезон **практически в бесконечность** // Чтобы клиент забыл обо всем //* («Глагольная группа», 30.12.2023). Выделенные в приведённом примере языковые единицы работают как маркеры образов прошлого и будущего. Однако указанную функцию выполняют средства не только лексического уровня. Для этого предназначен, в частности, медийный жанр трейлера: изучение нашего материала показывает, что авторы могут обращаться к нему как при запуске всего подкаста, так и для анонсирования его сезонов («Азы Языка»).

Представление адресантов (наименования издателей, имена, отчества, фамилии спикеров, а также социально значимые идентификаторы их профессиональной принадлежности и экспертного статуса): ***Студия подкастов «Техника речи»*** *// <...> В студии / ну как в студии / там где мы находимся / **Александр Садиков** / это я / я **журналист** // – Я **Владимир Пахомов / научный сотрудник Института русского языка РАН** // Я разнообразить хочу своё представление и скажу, что я **учёный секретарь Орфографической комиссии РАН** //* («Розенталь и Гильденстерн», 08.05.2024). В приведённом примере используется нейтральная для медиадискурса двухкомпонентная форма антропонимов, состоящая из полного имени и фамилии говорящего. Маркированные варианты обладают стилистической дифференциацией, они включают в себя краткую, разговорную версию имени либо являются традиционной трехкомпонентной формулой, позволяющей подчеркнуть уважительное отношение к приглашенному гостю: ср. *Меня зовут **Настя Кудрявцева** //* («Как это по-русски», 19.04.2024) и *Сегодня у нас **доктор философских наук / профессор** / который совмещает в себе много положительных качеств / зовут его **Олег Дмитриевич Агапов*** («Азы Языка», 28.03.2023).

Аксиологическое позиционирование (декларация ценностных установок): *У меня в дипломе написано что я лингвист-переводчик // Вообще по-честному было бы наверно неплохо в моем дипломе дописать / что я **совершенно одержимый лингвист** / или **человек с лингвистической зависимостью** / тоже мне это подходит/ потому*

[1] URL: https://music.yandex.ru/album/8941653/track/88509969?activeTab=track-list&dir=desc (дата обращения: 08.08.2024).

что ***язык это для меня настолько прекрасная вселенная*** */ в которой я живу каждый день // Я* ***человек, влюбленный в слова / в предложения / в буковки / даже в запятые //*** («Заметки на полях», 05.03.2024). Использование в приведённом высказывании лексем *одержимый, зависимость, влюбленный* свидетельствует о том, что в системе ценностей автора язык занимает чрезвычайно важное место, и это впечатление усиливают интенсификаторы *совершенно* и *настолько*, гипонимы *слова, предложения, буковки, запятые,* конкретизирующие содержание ключевого концепта, а также метафорическое сопоставление *язык ~ вселенная.*

Субъективизация изложения (индивидуализация коммуникативного продукта за счёт информации о частной жизни адресанта, его переживаниях): *В первом эпизоде подкаста «Азы Языка» поговорим о том / как рекламщики привлекают наше внимание с помощью различных языковых фишек // Чтоб вы поняли / почему я решила поговорить именно на эту тему / расскажу одну* ***личную историю*** *// Муж подарил мне на 8 Марта / нет / не букет мимозы / а миксер // И не просто миксер / а планетарный // Я была в шоке / От чего? / Конечно же от подарка // Но больше наверное от названия миксера / планетарный // Нашла определение этому слову в Яндексе // Планетарный миксер / это особый вид стационарных миксеров / с технологией тщательного перемешивания ингредиентов в чаше // Классная метафора / да? // Назвать миксер планетарным / создав аналогию с тем / как вращаются планеты вокруг Солнца //* («Азы Языка», 28.05.2022). В подобные нарративы в ряде случаев включаются оценочные и эмоционально-экспрессивные элементы, в данном высказывании это устойчивое сочетание была в шоке (сильно удивилась, возмутилась) и определение *классная*, риторические вопросы, парцелляция.

Описание сложности когнитивных процессов: *Когда мы с Володей обсуждали / о чём мы сегодня будем говорить и о чём бы таком вас / Михаил / спросить / мы поняли / что отчасти мы уже зашли на территорию связи искусственного интеллекта и языка в нашем предыдущем разговоре с Александрой Ольховской / когда мы говорили о словарях и о том / как технологии / в том числе искусственный интеллект / может помогать лингвистам / которые словари делают / и что словарь будущего в частности / тоже как-то не в последнюю очередь будет связан с достижениями искусственного интеллекта // Но тем не менее по-прежнему / может быть это я за себя могу сказать /* ***эта тема*** *о связи искусственного интеллекта и языка / она всё равно* ***для меня остаётся какой-то немножко туманной / и я понимаю / что я ничего не понимаю*** *// – Саш / спасибо что ты про это сказал / потому что* ***я тоже про себя понимаю / что для меня это что-то такое туманное и загадочное*** *// Но я относил это* ***своё непонимание*** *к тому / что я такой пыльный ретроград / который вообще никак с современным прогрессом не соприкасается // Но то что ты / человек / который младше меня и прогрессивнее меня / тоже* ***считаешь это туманным*** */ меня сейчас немножечко обнадеживает // Вот я надеюсь / что Михаил поможет этот туман развеять //* («Розенталь и Гильденстерн», 04.03.2024). Признание в неосведомленности, а также указания на сомнения, возможные неточности и т. д. воспринимаются как проявления искренности и укрепляют доверительные отношения между коммуникативными партнерами.

2. Тактика кооперации направлена на инициацию, поддержание и продление общения в процессе совместного осмысления лингвистической истины. Для решения указанной задачи также используется множество коммуникативных ходов.

Определение целевой аудитории: *Теперь, наверное, целесообразно поговорить о том /* ***на кого мы рассчитываем/ кого мы ждем у нас в гостях*** *// Я вижу уже подписывающихся людей // Это в значительной степени* ***студенты филологических факультетов*** */ это* ***студенты-теоретики*** *// Эту аудиторию мы представляем / мы прекрасно понимаем/ кто будет нас слушать / если это* ***лингвист*** *// На кого бы мы рассчитывали еще кроме как на лингвистов? // –* ***На наших друзей*** */ тех / кто пойдет за нами и в подкаст // – Могут ли быть* ***наши друзья не лингвистами?*** *// – Да / у меня могут // – Хорошо // <...> Наша аудитория / с моей точки зрения / это* ***все интересующиеся вопросом / как устроен язык*** */ и то, с чего мы начали /* ***почему язык не сломаешь / почему он независим от наших желаний //*** («Глагольная группа». 22.09.2023). В ходе обсуждения соведущие создают образ адресата с учётом демографических характеристик реальных и потенциальных слушателей (возраст, род занятий, профессиональная специализация), консолидируя их на основании общности познавательных интересов.

Обращение к речевому этикету (жанры приветствия, благодарности, поздравления, пожелания, прощания): *Всем* ***привет****//* («Заметки

на полях», 03.04.2024); ***Спасибо*** */ что вы были с нами / что смотрели нас (*«Розенталь и Гильденстерн», 08.05.2024); *В конце нашего общения хотелось бы от вас услышать* ***пожелания*** *или* ***поздравления*** *с наступающими праздниками на разных языках <...> // – <...> Все знают Happy New Year по-английски / я уверена // На ирландском языке я, к сожалению, не знаю как сказать / я думаю / мне это только предстоит узнать // Bonne année / на французском языке // Feliz aco nuevo / на испанском языке // Если я правильно помню / на финском Hyvдд uutta / что-то в таком духе / хотя я не очень помню финский язык // Linksmų Šv. Kalėdų ir Laimingų Naujųjų Metų / это на литовском «с Рождеством и с Новым годом» // Мне кажется всё что я могу сейчас вспомнить // – Ну и с Новым годом по-русски//* («Азы Языка»); *Мы, конечно,* ***желаем*** *вам и хорошо отпраздновать Новый год / и хорошо провести* («Глагольная группа», 30.12.2023); *Всем* ***пока*** *//* («Как это по-русски», 29.0.2024). В этикетных формулах реализуется базовый для кооперативного речевого поведения принцип вежливости [15], и это имеет особую значимость для подкастинга как «тёплого» формата [4], основанного на искреннем интересе авторов и слушателей не только к теме разговора, но и к личностям друг друга.

Создание эффекта соприсутствия слушателей при подготовке выпуска: *Правила правописания тоже меняются / как и сам язык // Наша орфография не навсегда / пунктуация не навсегда // Но вот в данный момент эти правила действуют / и мы как раз о них рассказываем / противоречий здесь, наверное, нет //* [фоновый шум] *У меня / как где-то в каком-то эфире восьмидесятых-девяностых у какой-то ведущей / выпал наушник из уха // Вот всё / я его подобрал* [смех] // («Розенталь и Гильденстерн», 08.05.2024). Рассматриваемый эпизод вышел 02.05.2024 сначала в формате стрима, и устранить техническую накладку с выпавшим наушником в прямом эфире было невозможно. Позже, при монтаже аудиоверсии выпуска, удаление соответствующего фрагмента являлось вполне решаемой задачей, однако авторы этого не сделали, поскольку, как нам представляется, неидеальность записи позволила сохранить атмосферу непосредственного, живого общения, чрезвычайно привлекательную для целевой аудитории новых медиа.

Введение голоса адресата через цитирование его высказываний (ведущие читают и комментируют фрагменты писем либо включают в аудиотрек полученные голосовые сообщения): ***Мне очень понравилось письмо от Наталии из Греции*** *// Я преподаватель РКИ в Греции / живу на Крите / и хотела бы поделиться своими наблюдениями за русским языком у тех / кто живет в Греции // Во-первых, тут такая же ситуация с глаголом «записаться» к врачу / на маникюр и так далее / и существительным «запись» / как и в немецком // Не могу понять / по какой причине иммигранты моментально забывают эти слова и тут же начинают использовать слова местного языка // Только вот греческий язык взял себе французское «рандеву» /* ***привет русскому языку во Франции и в Турции*** */ и добавил к нему свой глагол «закрыть / закрывать» // В итоге русские в Греции / как и греки / закрывают рандеву и к врачу/ и на маникюр/ и в посольство / и вообще куда угодно <...> // Это какой-то лингвистический монстр с головой бульдога французского / телом гиппопотама греческого и русским хвостом // Не люблю его* («Розенталь и Гильденстерн», 08.11.2021). Языковая структура, эксплицирующая данный ход, включает в себя два функциональных компонента: ремарки автора и высказывание адресата, позволяя таким образом перенести их диалог в речь одного лица с максимально возможным сохранением речевой индивидуальности партнеров по коммуникации.

Прогнозирование реакции аудитории: ***Ну вот, наверно, здесь может возникнуть вопрос*** */ мы с вами когда читаем разные объявления / разные инструкции / разные брошюры /* ***наверно, у кого-то из слушателей такой вопрос сейчас будет*** */ обращаем ли мы внимание на ошибки/ исправляем ли мы эти ошибки / раздражаемся ли мы из-за ошибок?* («Заметки на полях», 05.03.2024). Инициальная и вставная конструкции в этом фрагменте содержат лексический маркер вопрос с семантикой предполагаемого речевого действия и детерминант у кого-то из слушателей для обозначения соответствующего субъекта.

Косвенное стимулирование эвристической активности адресата: *В русской классике XIX века колоссальное количество слов / которые мы сейчас не знаем / не понимаем / и которые нужно искать в словаре / чтобы понять/ что хотел сказать автор // – Ой / как это интересно //* **А назовите нам пожалуйста какое-нибудь слово/ а я могу догадываться что это / например //** *– Ну здесь мне поможет недавно появившийся ресурс «Слово Толстого» / в котором собраны слова из полного собрания сочинений писателя / это такая очень хорошая поисковая*

система / где можно искать слова / примеры употребления / ну и узнавать / что они значат // Вот одно из моих любимых / распуколка // («Заметки на полях», 05.03.2024). Лингвистическая загадка адресована не только непосредственному собеседнику-соведущему, но и слушателям, на что указывает местоимение *нам*. Аудитория тоже принимает участие в этой увлекательной игре и в качестве интеллектуального приза получает правильный ответ: «распуколка — распускающаяся цветочная почка».

Переключение и смешение лингвистических кодов: ***Сап, аноны // Чтобы не флудить / давайте сразу к топику // Скажите мне / вас тоже бомбит с ньюфагов / которые юзают сленг с бордов / хотя IRL они школоло? ИМХО / это просто фейспалм // А банить-то их не за что / ЧСХ // Я битер со стажем/ и у меня батхёрт // Тру стори / не рофл / не котолампа // Ставьте лукас / если жиза //*** *Прекрасно вас пойму / если вам было больно слушать это вступление // Лично мне было больно его придумывать и писать // В такой концентрации сленг с форумов и бордов за пределами интернета почти не встречается // Но мне же надо было как-то наглядно обозначить / о чём мы будем говорить в этом эпизоде //* («Как это по-русски», 27.10.2019). Выразительность приведённого фрагмента обусловлена тем, что в медийную речь инкрустировано высказывание, сконструированное из единиц интернет-сленга, причём граница между нормативной и субстандартной реализациями обозначена очень чётко. Когда инородный элемент интегрирован в реплику говорящего без подчёркнутого выделения, можно говорить о смешении кодов: *Не каждый сейчас смог бы понять Ивана Грозного из известного фильма «Иван Васильевич меняет профессию» / потому что говорит он по большей части архаизмами /* ***коих*** *в русском языке предостаточно»* («Как это по-русски», 27.04.2024).

Геймификация: *Если вы смотрите или слушаете наши выпуски / обязательно не забывайте ставить лайки и поделитесь своим любимым выпуском в социальных сетях / потому что для нас это / собственно / единственный вариант поддержки нас вами // – Только тогда мы* ***снискнём*** *то / что мы должны снискивать // Ставьте* ***лайки / хотите болонки / хотите мопсы //*** Для создания комического эффекта автор второго высказывания, намеренно нарушая языковой стандарт, употребляет ненормативную форму *снискнём* и обыгрывает многозначность слова *лайки* (знак одобрения в онлайн-коммуникациях и порода охотничьих собак). Примечательно, что в комментариях на YouTube-канале подкаста представлена реакция на этот коммуникативный ход: *Поставил вам корги.* («Глагольная группа», 26.01.2024).

Приглашение к установлению обратной связи: ***Можете задавать нам вопросы*** *// Я точно знаю / что вы можете это сделать* ***на нашей странице в социальной сети ВКонтакте*** */ потому что там под постом о том / что у нас трансляция / есть* ***блок с комментариями*** *<...> //* ***Можете написать нам на почту / podcasts@tehnikarechi.studio*** *// Там мы тоже на самом деле всё читаем / признаюсь / что мы не на все письма успеваем отвечать руками // Но мы как раз и стараемся это делать в таких форматах / как сегодня / или это бывают итоговые выпуски в конце сезона / или это вот как сейчас у нас прямой эфир / что особенно приятно / потому что, наконец-то,* ***можно узнать / что на самом деле интересует наших зрителей //*** («Розенталь и Гильденстерн», 08.05.2024). Авторы побуждают адресата к речевому действию, используя глагол в форме 2-го лица, при этом употребляется не императив, а конструкции с модальным компонентом в форме изъявительного наклонения: *можете задавать вопросы, можете написать*; в приведённом высказывании указываются каналы коммуникации и определяется цель обратной связи — предоставление сведений об информационных запросах аудитории.

Заключение

Репрезентация экспертной информации в массовой аудитории предполагает использование дискурсивных механизмов, позволяющих создавать и поддерживать между создателями и потребителями популяризирующего контента творческие отношения коммуникативного партнерства.

Исследование русскоязычных подкастов по лингвистической проблематике показало, что для реализации соответствующей речевой стратегии используются тактики самопрезентации и кооперации, каждая из которых представлена набором коммуникативных ходов. Коммуникативно-прагматический анализ аудиотреков позволяет сделать вывод о том, что тактику самопрезентации в изученном медийном материале воплощают формирование имиджа подкаста, освещение его ретроспективы и перспективы, представление адресантов, их аксиологическое позиционирование, субъективизация изложения,

описание сложности когнитивных процессов. Среди указанных механизмов есть обязательные приёмы, обнаруженные во всех подкастах (имиджмейкинг медиапродукта, представление адресантов, некоторые этикетные формулы), использование остальных коммуникативных ходов факультативно, характеризуется значительной вариативностью и связано с определёнными дискурсивными факторами, например, косвенное стимулирование эвристической активности адресата возможно только при наличии соведущего, то есть, для данного речевого действия необходима диалогическая форма речевой манифестации.

В качестве языковых маркеров выявленных дискурсивных механизмов функционируют единицы фонетического (интонационный рисунок реплик), лексического (названия подкастов и наименования коммуникативных площадок в цифровом пространстве, антропонимы, слова из определённых тематических групп, социальных диалектов и т. д.), грамматического (морфологические формы местоимений и глаголов, синтаксические конструкции для введения чужой речи и др.), жанрово-речевого (этикетные формулы, тизер) уровней, стилистический приёмы (тропы и риторические фигуры). Выразительность высказываний усиливают также паралингвистические средства: голосовой тембр говорящих, паузы, смех.

Рассмотренные когнитивно-прагматические механизмы коммуникативного партнёрства применяются в подкастинговом сегменте русскоязычного медиадискурса комплексно, нередко дополняя друг друга в пределах одного высказывания. Они сопровождают реализацию базовой для популяризирующих текстов речевой стратегии информирования. Осмысление их взаимодействия в цифровых медиа является, на наш взгляд, перспективным исследовательским направлением современного языкознания, имеющим значительную прикладную ценность для коммуникативных практик постиндустриального общества.

Список источников

1. Акаева Э. В. Коммуникативные стратегии профессионального медицинского дискурса: автореф. ... дис. кан. филол. наук. Омск, 2007. 22 с.
2. Антонова Ю. А. Коммуникативные стратегии и тактики в современном газетном дискурсе (отклики на террористический акт): автореф. ... дис. кан. филол. наук. Екатеринбург, 2007. 24 с.
3. Арсеньева Т. Е. Коммуникативные стратегии и тактики просветительского радиодискурса (на материале программы «Говорим по-русски»): дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2013. 179 с.
4. В голос! Нескучное руководство по созданию подкаста от создательниц подкаста «Ковен дур» / Козинаки М. [и др.]. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2021. 196 с.
5. Ермоленкина Л. И. Механизмы дискурсивного воздействия в коммуникативном пространстве конвергентного радио // Вестник Томского государственного университета. 2021. № 468. С. 25–33. DOI: 10.17223/15617793/468/3.
6. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. 5-е изд. М. : Изд-во ЛКИ, 2008. 288 с.
7. Ланских А. В. Речевое поведение участников реалити-шоу : коммуникативные стратегии и тактики: автореф. ... дис. кан. филол. наук. Екатеринбург, 2008. 22 с.
8. Лесняк М. В. Тактика «создание светлого будущего» в политической коммуникации // Политическая лингвистика. 2013. № 4 (46). С. 110–116.
9. Лесняк М. В., Товкаленко А. А. Коммуникативные стратегии англоязычного спикера в научно-популярном медиадискурсе (на примере материалов проекта TED Conference) // Вестник Томского государственного университета. 2021. № 465. С. 22–28. DOI: 10.17223/15617793/465/3.
10. Нестерова Н. Г. Коммуникативные стратегии и тактики в спонтанном радиодискурсе // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2012. №. 2 (10). С. 55–60.
11. Нестерова Н. Г. Современный радиодискурс (коммуникативно-прагматический аспект). Томск : Изд-во Том. ун-та, 2015. 320 с.
12. Романова Т. В., Маликова Д. А. Научно-популярный подкаст как отражение современных речевых поведенческих моделей // Русский язык в поликультурном мире: VI Международный симпозиум (8–12 июня 2022 г.): сб. науч. статей. В 2 т. Т. I. Симферополь: Издательский дом КФУ, 2022. С. 125–130.
13. Сковородников А. П. Коммуникативные стратегии и тактики [Электронный ресурс] // Эффективное речевое общение (базовые компетенции) : словарь-справочник / под ред. А. П. Сковородникова. 2-е

изд., перераб. и доп. Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2014. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_24548609_76502663.pdf (дата обращения 20.08.2024).

14. Токарева П. В. Коммуникативные стратегии и тактики в современном учебном дискурсе (на материале школьных учебников): автореф. ... дис. кан. филол. наук. Омск, 2005. 23 с.

15. Brown P., Levinson S. Politeness: Some Universals in Language Usage. Cambridge: Cambridge University Press, 1987. 345 p.

16. Kivunja C. Exploring the Pedagogical Meaning and Implications of the 4Cs "Super Skills" for the 21st Century through Bruner's 5E Lenses of Knowledge Construction to Improve Pedagogies of the New Learning Paradigm // Creative Education. 2015. Vol. 6, no. 2. URL: https://www.scirp.org/journal/paperinformation?paperid=54177 (дата обращения 22.08.2024).

17. Lerman D., Morais R.J., Luna D. The Language of Branding: Theory, Strategies, and Tactics. New York : Routledge, 2017. 170 p. URL: https://doi.org/10.4324/9780203139691 (дата обращения 24.08.2024).

18. Mohammed K.S., Ghafour N.K. Persuasion Strategies Used in Kurdish and English Religious Speeches // 8th International Visible Conference on Educational Studies & Applied Linguistics. 2017. Vol. 6, no. 2. P. 283–293. URL: https://www.researchgate.net/publication/322811664_Persuasion_Strategies_Used_in_Kurdish_and_English_Religious_Speeches (дата обращения 24.08.2024).

19. Quam J., Ryshina-Pankova M. "Let Me Tell You...": Audience Engagement Strategies in the Campaign Speeches of Trump, Clinton, and Sanders. Russian Journal of Linguistics. 2016. Vol. 20, no. 4. P. 140–160. DOI: 10.22363/23129182201620414016O.

References

1. Akayeva EV. Communicative strategies of professional medical discourse: abstr. dis. ... Cand. Sci. (Philology). Omsk, 2007. 22 p. (in Russ.).

2. Antonova YuA. Communicative strategies and tactics in contemporary newspaper discourse (reactions to the terrorist attack): abstr. dis. ... Cand. Sci. (Philology). Yekaterinburg, 2007. 24 p. (in Russ.).

3. Arsen′yeva TE. Communicative strategies and tactics of educational radio discourse (on the material of the program "Speak Russian"): dis. ... Cand. Sci. (Philology). Tomsk, 2013. 179 p. (in Russ.).

4. In your voice! A non-boring guide to creating a podcast from the creators of the Coven of Fools podcast. Kozinaki M. [et al.]. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber. 2021. 196 p. (in Russ.).

5. Yermolenkina LI. Mekhanizmy diskursivnogo vozdeystviya v kommunikativnom prostranstve konvergentnogo radio = Mechanisms of discursive influence in the communicative space of convergent radio. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Tomsk State University.* 2021;(468):25-33. DOI: 10.17223/15617793/468/3. (in Russ.).

6. Issers OS. Communicative strategies and tactics of Russian speech. Moscow. 2008. 288 p. (in Russ.).

7. Lanskikh AV. Speech behavior of reality show participants: communicative strategies and tactics: abstr. dis. ... Cand. Sci. (Philology). Yekaterinburg, 2008. 22 p. (in Russ.).

8. Lesnyak MV. Taktika "sozdaniye svetlogo budushchego" v politicheskoy kommunikatsii = Tactics of "creating a bright future" in political communication. *Politicheskaya lingvistika = Political linguistics.* 2013;(4):110-116. (in Russ.).

9. Lesnyak MV, Tovkalenko AA. Kommunikativnyye strategii angloyazychnogo spikera v nauchno-populyarnom mediadiskurse (na primere materialov proyekta TED Conference) = Communicative strategies of an English-speaking speaker in popular science media discourse (on the example of TED Conference materials). *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Tomsk State University.* 2021;(465):22-28. DOI: 10.17223/15617793/465/3. (in Russ.).

10. Nesterova NG. Kommunikativnyye strategii i taktiki v spontannom radiodiskurse = Communicative strategies and tactics in spontaneous radio discourse. *Znak: problemnoye pole mediaobrazovaniya = Sign: problem field of media imagery.* 2012;(2):55-60. (in Russ.).

11. Nesterova NG. Contemporary radio discourse (communicative-pragmatic aspect). Tomsk. 2015. 320 p. (in Russ.).

12. Romanova TV, Malikova DA. Nauchno-populyarnyy podkast kak otrazheniye sovremennykh rechevykh povedencheskikh modeley = Popular science podcast as a reflection of contemporary speech behaviors. *Russkiy yazyk v polikul'turnom mire = Russian language in a multicultural world.* Simferopol′. 2022;1:125-130. (in Russ.).

13. Skovorodnikov AP. Communicative strategies and tactics. Effective speech communication (basic competencies): a dictionary reference book. Krasnoyarsk, 2014. Available at https://www.elibrary.ru/download/elibrary_24548609_76502663.pdf (accessed 20.08.2024). (in Russ.).

14. Tokareva PV. Communicative strategies and tactics in modern educational discourse (based on school textbooks): abstr. dis. ... Cand. Sci. (Philology). Omsk, 2005. 23 p. (in Russ.).

15. Brown P, Levinson S. Politeness: Some universals in language usage. Cambridge. 1987. 345 p.

16. Kivunja C. Exploring the pedagogical meaning and implications of the 4Cs "Super Skills" for the 21st century through Bruner's 5E lenses of knowledge construction to improve pedagogies of the new learning paradigm. Creative education. 2015;6(2). Available at https://www.scirp.org/journal/paperinformation?paperid=54177 (accessed 22.08.2024).

17. Lerman D, Morais RJ, Luna D. The Language of Branding. Routledge. 2017. Available at https://doi.org/10.4324/9780203139691 (accessed 24.08.2024).

18. Mohammed KS., Ghafour NK. Persuasion Strategies Used in Kurdish and English Religious Speeches. 8th International Visible Conference on Educational Studies & Applied Linguistics. 2017;6(2):283-293. Available at https://www.researchgate.net/publication/322811664_Persuasion_Strategies_Used_in_Kurdish_and_English_Religious_Speeches (accessed 22.08.2024).

19. Quam J., Ryshina-Pankova M. "Let Me Tell You..." : Audience Engagement Strategies in the Campaign Speeches of Trump, Clinton, and Sanders. Russian Journal of Linguistics. 2016;20(4):140-160. DOI: 10.22363/23129182201620414016O.

Информация об авторе

Е. М. Хакимова — доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры «Журналистика, реклама и связи с общественностью».

Information about the author

E. M. Khakimova — Doctor of Philology Sciences, Docent, Professor at the Department of Journalism Advertising and Public Relations.

Статья поступила в редакцию 10.07.2024; одобрена после рецензирования 13.08.2024; принята к публикации 24.09.2024.

The article was submitted 10.07.2024; approved after reviewing 13.08.2024; accepted for publication 24.09.2024.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 96–107.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):96-107.

Научная статья

УДК 81

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-96-107

КОММУНИКАТИВНЫЕ ИНТЕНЦИИ, ЖАНРЫ И СТРАТЕГИИ: РАЗГРАНИЧЕНИЕ ПОНЯТИЙ И КЛАССИФИКАЦИИ

Елена Владимировна Шелестюк[1], **Александра Сергеевна Варламова**[2]

[1] Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, shelestiuk@yandex.ru, 0000-0003-4254-4439

[2] Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, varlamova.aleksandra02@mail.ru

Аннотация. Понятия речевой интенции, речевого жанра и речевой стратегии являются смежными, хотя и относятся к разным лингвистическим субдисциплинам: психолингвистике, стилистике, прагмалингвистике. Интенция есть предрасположение сознания индивида к высказыванию как выражению психологического содержания, находящегося в его сознании. Интенции могут быть осознанными или бессознательными, они связаны с мотивами, установками, потребностями и интересами и выявляются через интент-анализ. Речевой жанр — это устойчивая структура высказывания или текста, характеризующаяся тематической и композиционной целостностью, которая предполагает определённый тип коммуникативной ситуации и относится к определённому функциональному стилю речи. Речевые жанры подразделяются на диалогичные, монологичные и полилогичные. Коммуникативные стратегии определяются как специфические способы речевого поведения, основанные на прогнозировании и контроле, которые используются для достижения коммуникативных целей в речевом общении. В статье представлена классификация эмотивных коммуникативных стратегий, основанная на положительном либо отрицательном эмоциональном возбуждении собеседника. Условно положительные стратегии подразделяются на *гратификационные* (поддержки, позитивного тона, популизма и заигрывания, «мы»-стратегия, стратегии комплимента и подхалимства) и *фасцинативные* (демонстрации обаяния, харизмы, уверенности, благородства, высоких достижений и качеств, эстетичности и красоты, статуса, ранга, превосходства, силы, власти, роскоши, необычности, загадочности, эпатажа, экстрима, устрашения, драматизации). Отрицательные подразделяются на *очерняющие* (дискредитация, компрометация, опорочивание, демонизация, унижение, дискриминация, игнорирование, саботирование, открытое негативное реагирование, моральное уничтожение), *фрустрационные* (сравнение ресурсов не в пользу адресата, прогнозирование негативного развития, нагнетание отрицательных эмоций, шокирование негативными фактами) и *провокационные* (вызов негативных эмоций, показная несерьёзность, сомнение в способностях и качествах адресата, навязывание желательного для манипулятора образа адресата, разжигание конфликта, соблазн, формирование чувства вины, использование болтливости, самомнения, создание ситуаций без выбора, скандализация).

Ключевые слова: коммуникативная интенция, речевой жанр, коммуникативная стратегия, гратификационная стратегия, фасцинативная стратегия, очерняющая стратегия, фрустрационная стратегия, провокационные стратегия

Для цитирования: Шелестюк Е. В., Варламова А. С. Коммуникативные интенции, жанры и стратегии: разграничение понятий и классификации // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 96–107. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-96-107.

Original article

COMMUNICATIVE INTENTIONS, GENRES AND STRATEGIES: DELIMITATION OF CONCEPTS AND CLASSIFICATIONS

Elena V. Shelestyuk[1], **Alexandra S. Varlamova**[2]

[1] Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, shelestiuk@yandex.ru, ORCID ID: 0000-0003-4254-4439

[2] Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, varlamova.aleksandra02@mail.ru

Abstract. The concepts of speech intention, speech genre and speech strategy are related, although they are used in different linguistic subdisciplines: psycholinguistics, stylistics, pragmalinguistics. Intention is a predisposition

©Шелестюк Е. В., Варламова А. С., 2024

of an individual's consciousness to an utterance as an expression of psychological content in their consciousness. Intentions can be conscious or unconscious and revealed through intent analysis. Speech genre is a stable structure of an utterance or text, characterized by thematic and compositional integrity, which presupposes a certain type of communicative situation and relates to a certain functional style of speech. Speech genres are divided into dialogic, monologue and polylogue. Communicative strategies are defined as specific ways of speech behavior based on prediction and control, which are used to achieve communicative goals. The article considers the classification of speech strategies based on the intentional nature of their application and impact on the addressee. The classification of emotive strategies includes those based on positive and negative emotional arousal of the addressee. Relatively positive strategies are subdivided into *gratification* (support, "positive key", populism, "we" strategy, compliment and sycophancy) and *fascination* (demonstrating charm, charisma, confidence, nobility, high achievements and qualities, aesthetics and beauty, status, rank, superiority, strength, power, luxury, unusualness, mystery, inspiring awe, entrancement, "life on the edge" behaviour, scandalous behaviour, dramatization). Relatively negative strategies are divided into *denigration* (discrediting, compromising, defamation, demonization, humiliation, discrimination, ignoring, sabotaging, open negative reaction, moral destruction), *frustration* (comparison of resources not in favor of the addressee, negative forecasts, escalating negative emotions, shocking with negative facts) and *provocation* (arousal of addressee's negative emotions, doubting their abilities and qualities, imposing an image of the addressee that is desirable for the manipulator, inciting a conflict, temptation, forming a sense of guilt, using talkativeness, conceit, creating situations without choice, scandalization, jesting or being cynical).

Keywords: communicative intention, speech genre, communicative strategy, gratification strategy, fascinative strategy, denigrating strategy, frustration strategy, provocative strategy

For citation: Shelestyuk EV, Varlamova AS. Communicative intentions, genres and strategies: delimitation of concepts and classifications. *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;(8(490): 96-107. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-96-107.

Введение

Пересекающиеся понятия речевых (коммуникативных) интенции, жанра и стратегии относятся к разным направлениям: интенция — категория философская, психологическая и психолингвистическая (касается процесса взаимодействия человеческого сознания и языка), жанр относится к стилистическим и литературно-нормативным категориям (конкретно, к письменным и устным речевым традициям), стратегия же — это коммуникативно-прагматическая категория (связана с закономерностями коммуникации и речевого воздействия). Все три семантические понятия применимы в лингвистике и взяты ею на вооружение.

Целью настоящей статьи является разграничение и прояснение этих понятий, а также уточнение их классификаций. Кроме систематизации представлений об указанных понятиях, это будет способствовать анализу и инвентаризации прагматических типов высказываний и формул речи, связанных с различными интенциональными, жанровыми и стратегиальными характеристиками.

Интенциональность и интенции как психологическая основа выбора речевых жанров и речевых стратегий

В широком смысле, интенция — это предрасположение сознания к какому-нибудь действию или объекту, имманентное направление сознания на предмет или некую цель, которое проявляется в форме желания, стремления, замысла, продуманного плана действий, направленного, в числе прочего, на построение коммуникативных высказываний в определённом стиле речи и форме (монологической или диалогической)[1].

Интенциональность, т. е. направленность на что-либо или кого-либо является существенным психологическим свойством речи. В плане речевой деятельности интенция понимается как направленность сознания на выражение психологического содержания, находящегося в сознании, или активность, связанная с этим выражением, намерение высказаться [16; 25]. Интенция ориентирована на осуществление речевого акта, когда человек утверждает или спрашивает, порицает или одобряет, требует или советует. В число интенций входят, например, намерения с помощью высказываний рассмешить, подбодрить, пожаловаться, попросить совета, извиниться, поблагодарить, упрекнуть, уязвить, попросить о помощи, самоутвердиться, произвести впечатление, соблазнить, запугать, сообщить о плохом самочувствии и прочее.

Интенции имеют психологическую природу, связаны с мотивами, установками, потребностями, интересами, склонностями, но прежде

[1] Орлов А. Б. Интенция // Психологический словарь. URL: https://www.b17.ru/dic/intentsi Ya/ (дата обращения: 28.08.2024). Ведмеш Н. А. Интенция. URL: https://psihomed.com/intentsi Ya/ (дата обращения: 28.08.2024).

всего, ситуативными потребностями, в т. ч. в отношении собеседников. В свою очередь, интенции составляют психологическую базу, основу всех коммуникативных и речевых форм (структур) и техник, надстраивающихся над ними.

Зарубежными исследователями акцентируются такие аспекты интенций, как план действий и внутренние обязательства, которые принимает на себя субъект[1]. Однако интенция может быть бессознательной, выражаться в неосознанном намерении действовать в соответствии с «душевными порывами», не давая себе отчёта в целесообразности таких действий. В основе выбора речевых жанров и стратегий могут лежать как осознанные, так и бессознательные интенции.

Выделяют первичные (биологически обусловленные) и вторичные (коммуникативные) интенции. Первичные интенции возникают у всех индивидов и закрывают потребность в говорении и осознании своих мыслей; вторичные отражают потребность личности в общении с внешним миром, появление субъектно-объектных отношений. Нас интересуют, в первую очередь, вторичные интенции.

Важным методом выявления интенций коммуникантов является интент-анализ, позволяющий путём изучения речи говорящего выявить скрытый смысл его высказываний, намерений и целей [7; 8]. В этой статье будем придерживаться его основных принципов.

Исчерпывающей классификации интенций пока не существует. Т. Н. Ушакова выделяет интенции конфликтной направленности, разграничивая стороны конфликта и соответствующие роли актантов: зачинателя («мы»), противника («они»), третьей стороны («кто-то»). Существуют таксономии интенций в определённых дискурсивных областях [5; 12].

Мы считаем важным классифицировать интенции на простые, «грубо-схематические» и сложные, тонкие, порождённые индивидуальной психологией и целеполаганием, глубинными причинами, спецификой отношений, контекстом конкретной коммуникативной ситуации. Простые интенции (например, «убедить», «поддержать разговор», «развеселить») допускают воплощение в разных жанрах и с помощью различающихся стратегий. Сложные, психологически «тонкие» интенции, как правило, имеют особое воплощение, соответствуют коммуникативному стилю индивида (или внутри сообщества), его характеру и настрою, особенностям взаимоотношений и истории взаимодействия коммуникантов и т. д.

Дальнейшая инвентаризация речевых интенций и возможная автоматизация их определения являются важными задачами психолингвистики.

Методологические подходы к определению речевого жанра и его классификации

Речевой жанр (РЖ) — устойчивая структура высказывания или текста, характеризующаяся тематической и композиционной целостностью, которая предполагает определённый тип коммуникативной ситуации и относится к тому или иному функциональному стилю речи. Основные признаки речевого жанра — тематическая устойчивость, сценарийность (устойчивость коммуникативных фреймов и скриптов, актантов), соответствие определённому стилю речи, относительная композиционная целостность, закреплённость употребления за той или иной сферой деятельности, интенциональность. Последний признак является важным, но не единственным для дифференциации РЖ: в художественном и разговорном стилях интенции могут быть идентичными, в то время как жанры будут отличаться и наоборот.

Понятие речевого жанра впервые было предложено М. М. Бахтиным в 1920-е гг. По Бахтину, речевой жанр — высказывание, относительно устойчивое по тематическому содержанию, композиционному построению и стилевым характеристикам. Каждый речевой жанр используется в определённой сфере общения и в характерных подходящих ситуациях. Бахтин выделяет первичные и вторичные (идеологические) речевые жанры, разделяя их по генезису, но не функциональности. Первичные жанры как некий смысл (простая сема) перерабатываются, видоизменяются и включаются в смысловое ядро вторичных жанров. Выделены некоторые разновидности РЖ, такие как реплики бытового диалога, бытовой рассказ, письмо, военная команда и приказ, деловые документы, публицистические и научные выступления, литературные жанры [3].

Н. Д. Арутюнова рассматривает РЖ с позиции диалогичности, предлагая схему жанров общения: 1) информативный диалог; 2) прескриптивный диалог; 3) обмен мнениями с целью принятия решения или выяснения истины; 4) диалог,

[1] Honderich Ted. “Intention”. The Oxford Companion to Philosophy. Oxford University Press, 2005; Seti Ya Kieran. “Intention”. The Stanford Encyclopedia of Philosophy. Metaphysics Research Lab, Stanford University, 2018; Mele Alfred R. “Intention and Intentional Action”. In Beckermann, Ansgar; McLaughlin, Brian P.; Walter, Sven (eds.), 2009; Borchert Donald. “Intention”. Macmillan Encyclopedia of Philosophy, 2nd Edition. Macmillan, 2006.

имеющий целью установление или регулирование межличностных отношений; 5) праздноречевые жанры: а) эмоциональный; б) артистический; в) интеллектуальный. В чистом виде данные жанры встречаются редко, в основном имеют смешанный характер, что обусловливает сложность разграничения прагматических высказываний и отнесения их к определенному речевому стилю и жанру. Диалогичность предполагает учёт двух сторон в ситуации общения (адресата и адресанта), экстралингвистических факторов (времени, уместности разговора), стиля. Акцентируется целеполагающая направленность речевого жанра [1].

В рамках речеактового подхода РЖ трактуется как одновременно речевое произведение и сама ситуация общения, в которой оно произносится. Т. В. Шмелева описывает свою концепцию речевого жанра с помощью вопросника-анкеты. Параметры коммуникативной ситуации речевого жанра включают образы автора и адресата, коммуникативную цель, диктум, фактор коммуникативного прошлого и будущего, формальную (языковую) организацию. РЖ закреплён за сферой общения, но способен видоизменяться в несвойственной ему среде, одна из особенностей РЖ — его гибкий характер [27].

В. В. Дементьев рассматривает РЖ в рамках социопрагматического подхода. Такой подход определяет роль РЖ — вербальное сопровождение коммуникативной ситуации. Существуют РЖ, ухудшающие отношения между коммуникантами эксплицитно (например, ссора, обвинение) и имплицитно (ирония, сарказм) и улучшающие отношения между коммуникантами эксплицитно (комплимент, беседа исповедального характера) и имплицитно (флирт); нейтральные праздноречевые жанры (small-talk). Вслед за Бахтиным, Дементьев учитывает экстралингвистические качества (адресат и адресант, условия (повод) беседы и т. д.). Социопрагматический подход можно называть еще и психологическим, так как уделяется внимание эмоциональному интеллекту и когнитивным способностям человека. Особенностью данной классификации является разделение жанров по коннотации: позитивной и негативной, причём иногда оценочная коннотация может появляться помимо желания коммуниканта [6].

Приверженцем коммуникативно-деятельностного подхода является В. Е. Гольдин, рассматривающий РЖ во взаимодействии с речевыми событиями (событийной организованностью) и коммуникативными сферами (коммуникативной деятельностью людей). Соглашаясь с Бахтиным, учёный подчеркивает композиционную, стилистическую и тематическую устойчивость РЖ. Речевые события делятся на простые и сложные, обладают темпоральностью, связаны с коммуникативными действиями (например, ссориться, разговаривать) и выступают в роли имён, соответствующих РЖ. Жанры являются структурой событий, соответствуя требованиям текста как стилистического единства (художественный, научный стиль), хотя зачастую РЖ может быть сложно идентифицировать с одним стилем речи. Не выделяя строгой классификации, Гольдин приводит примеры РЖ: ответ, разговор, беседа, извинение, объяснение, спор, ссора. Выбор жанра зависит от коммуникативных факторов: ролей, целей субъектов общения и речевого канала связи [4].

Как видим, авторы концепций делают упор на разных признаках РЖ, что влияет на различия классификаций. Мы считаем важным подчеркнуть «масштабность» речевого жанра, он образуется *более, чем одним высказыванием* и выявляется анализом относительно законченного фрагмента разговора либо монолога. В характеристике РЖ важно также учитывать такие критерии, как количество участников в речевой ситуации и характер их позиций: доминантный / подчиненный (активный / пассивный) или равноправный. От количества коммуникантов зависит модель возможного речевого поведения, выбор речевых стратегий для индивидуального или коллективного речевого воздействия. Доминантная позиция одного из коммуникантов создаёт речевую ситуацию, при которой участие другого коммуниканта в диалоге будет имплицитным, хотя его реакция влияет на исход события. Вновь отметим, что интенции коммуникантов являются основополагающим, но не единственным критерием для разделения РЖ на группы: в речевых ситуациях, отличающихся лингвистическими и экстралингвистическими факторами, коммуниканты могут удовлетворять одинаковые потребности, и наоборот.

Мы разделяем все речевые жанры на три группы: диалогическую, монологическую и полилогическую. Диалогическая группа характеризуется наличием двух практически равноправных сторон диалога. По характеру диалога РЖ подразделяются на дискуссионно-конфронтационные (ссора, спор, аргументация-ведение, доказывание с элементами манипуляции, т. п.) и дискуссионно-кооперативные (договор, примирение, компромисс,

консенсус и т. п.). Монологичная группа характеризуется фактическим наличием двух сторон в диалоге, но активным положением лишь одной из них. Она включает жанры информирования, рационального убеждения, императивные, манипулятивно-побуждающие и провоцирующие.

Полилогичная группа предполагает два вида речевой ситуации: наличие одного оратора и слушающей аудитории; наличие множества полноправных участников, ведущих между собой диалог. Она включает монолог перед группой (типичные признаки: выдача информации для большой аудитории, косвенное и прямое взаимодействие с группой, вопросно-ответный блок, фидбэк, роль ораторских приемов); дискуссию (типичные признаки: обмен мнениями по конкретной теме или проблеме, беседа или спор, роль ораторских приёмов); чатовое общение (типичные признаки: наличие формы общения только в интернете, когда группа вступает в полифонию, стихийность порядка говорящих, фоновый шум) и т. п.

Речевая стратегия и её классификации

Для достижения коммуникативных целей в процессе речевого общения реципиенты используют различные стратегии и тактики речи. Коммуникативные стратегии (КС) — это специфические способы речевого поведения, речевых действий под контролем «глобального намерения», позволяющие коммуниканту достичь поставленной цели. Коммуникативные тактики — единичные речевые действия, находящиеся друг с другом в комплементарной связи. Коммуникативный ход — семантический и прагмариторический приём, входящий в состав речевой тактики. Например, стратегия подчинения; тактики уговоров, просьбы, убеждения; коммуникативные ходы — апелляция к чувствам, отношениям, качествам партнёра, разуму, авторитету. Между стратегиями и их компонентами (тактиками, ходами) нет чётких семантических и ономасиологических границ, в разных ситуациях они могут заменять друг друга (например, театральность как тактика провокации и наоборот) [9; 2].

О. С. Иссерс выделяет семантические, когнитивные, прагматические, диалоговые и риторические типы КС. Семантический тип включает в себя подчинение (уговаривание) и дискредитацию. В когнитивном типе выделяются информативные стратегии с концептуальной, концептуально-метафорической и подтекстовой субстратегиями [21], стратегии интенсификации / приуменьшения (преувеличения / приглушения недостатков и достоинств). Прагматический тип стратегий подразумевает настройку эмоций, он включает тактики комплимента и самопрезентации. Диалоговые стратегии включают управление или контроль над инициативой (тактики и шаги — неформальность, экземплификация, юмор, уступка, переключение внимания, перевоплощение, контраст и проч.). Риторический тип представляет собой совокупность риторических кодов для регулирования конкретной речевой ситуации и включает риторические приёмы и фигуры, использующиеся в художественной речи, ораторском искусстве и т. п. [9].

О. Л. Михалева выделяет стратегии «на повышение», «на понижение» и театральные. Стратегии «на повышение» предполагают тактику анализ-«плюс» — рассмотрение объекта, предполагающее имплицитное выражение положительного отношения говорящего к описываемому; тактики позитивной презентации и самопрезентации, тактику отвода критики, тактику самооправдания. Стратегии «на понижение» включают тактику анализ-«минус» – рассмотрение объекта, имплицирующее отрицательное отношение к нему говорящего; тактики обвинения, обличения, оскорбления. Стратегия театральности представлена тактиками побуждения, кооперации, размежевания, информирования, обещания, прогнозирования, предупреждения, иронизирования, провокации. Театральность проявляется в т. ч. в употреблении перформативных высказываний, равносильных выполнению обозначаемого глаголом (или всем высказыванием) действия [15].

Н. И. Формановская связывает понятия речевой стратегии и тактики с целеполаганием говорящего. Стратегия отражает общий замысел конечной цели общения, а тактика состоит из отдельных речевых ходов, позволяющих придерживаться стратегического плана. Наряду с гибкостью стратегия демонстрирует стереотипность (сценарийность) особенно в официальной обстановке (таким образом демонстрируется привязка стратегии к сфере деятельности и речевому жанру). Связь речевого жанра и стратегии проявляется в том, что стратегический план отражает специфику речевого жанра, а совокупность коммуникативных ходов в рамках стратегии является типизированным текстом. В числе тактик особо отмечаются тактики умолчания, эвфемистической уловки, подмены, ожидаемого ответа, коммуникативной западни [26].

Это лишь некоторые из большого числа существующих классификаций КС. Считаем нужным

предложить обобщенную классификацию, основанную на интенциональном характере применения КС и эмоциональном либо когнитивном (рационально-эвристическом[1]) воздействии на собеседника. Наша гипотеза заключается в том, что любое речевое воздействие производится для эмоционального возбуждения либо стимулирования когнитивных процедур[2], соответственно, есть эмотивная и рационально-эвристическая группы стратегий. В связи с ограничениями объёма данной статьи, распишем лишь подкласс эмотивных стратегий[3].

Классификация эмотивных стратегий

1.1 Стратегии, эффективность которых основана на ***положительном эмоциональном возбуждении*** собеседника. Интенции: вызвать у собеседника гратификацию[4] (радость, удовлетворение) или фасцинацию[5] (очарование).

1.1.1 ***Гратификационные*** коммуникативные стратегии обращены к личностной стороне собеседника (-ов), вызывают эмоции радости и удовлетворения.

– Стратегия поддержки («да»-стратегия), предполагающая эмпатию. Адресант может использовать невербальные составляющие диалога (жесты, взгляд, позы), скорость речи, паузы, подстройку к системам восприятия, состоянию, убеждениям, ценностям, целям, проблемам, хобби и т. д. адресата.

– Стратегия позитивного тона («хорошо»-стратегия), а также вежливости, расположения, успокоения предназначена для нормализации эмоционального состояния собеседника. Здесь используются формулы с позитивными категориями состояния «хорошо», «прекрасно», «отлично» и т. п., формулы вежливости, обращения к собеседнику, уменьшительно-ласкательные формы. Возможен запуск механизмов «защитной реакции» адресата, например, в случае личностных проблем.

– Комплимент, похвала (лаудативно-личностная стратегия) применяется в случае восхищения собеседником, в виде этикетного вынуждения, в качестве метода психотерапии. Комплимент, даже понимаемый на рациональном уровне как формальный, помнится и сохраняется как позитивный якорь на уровне подсознания; кроме того, человек, получивший комплимент, подсознательно чувствует расположение к адресанту. С аналогичным эффектом могут употребляться формулы вежливости, обращения, эмотивная и уменьшительно-ласкательная лексика, интимно-разговорные формы. Субстратегии лести и подхалимства могут быть отнесены к меркантильной разновидности лаудативно-личностной стратегии, их отличает заметная неискренность и несоответствие похвал действительности.

– Стратегия популизма направлена на получение реакции в виде симпатии адресата. Адресант «играет» на склонностях, потребностях и желаниях адресата, желает его увлечь, позабавить, удивить, вызвать интерес с целью обеспечения лояльности, перехода на уровень сопричастности.

– С предыдущей сопрягается «мы»-стратегия, которая представляет собой показательное уменьшение дистанции между собеседниками, приобщения коммуникантов к группе в качестве единомышленников. Связана с противопоставлением группы общим оппонентам («мы»-они»-стратегия). Предполагает символические «настройки» и поддержание приемлемого для группы социального миропорядка [13][6].

1.1.2 Поясним вторую группу стратегий, названных ***фасцинативными.***

Как социопсихологическое явление фасцинация является важной категорией коммуникативной семиотики. Фасцинация — это способность адресанта приковывать внимание и вызывать очарование, интерес, удивление, восхищение, восторг, экстаз, но также шок, испуг, ужас. Это амбивалентное явление, поскольку структуры мозга, отвечающие за удовольствие и связанные со страхом, нейронно переплетены в лимбической системе, эволюционно развивались вместе. В. М. Соковнин называет главной функцией фасцинирующей коммуникации «актуальное демонстрирование» и нацеливание на некий объект [18; 20].

[1] Или псевдорационально-эвристическом [11].

[2] А также для актуализации того или иного поведения адресата.

[3] В целом, эмоции можно разделить на позитивные и негативные. Эмотивность оценивается по преобладанию высказываний с той или иной коннотацией, хотя встречаются случаи с амбивалентной или обратной коннотацией. Стратегии отражают применение коммуникативных средств для типичного эмоционального воздействия, но в ситуациях общения встречается их комбинированное и нетипичное применение.

[4] Термин А. Маслоу.

[5] Термин Ю. В. Кнорозова, А. А. Брудного, В. М. Соковнина.

[6] Здесь часто нет места толерантности, терпимости к точке зрения оппонентов — «чужих» (политических противников, «продажной» официальной власти, официальных лидеров, не имеющих авторитета в сообществе и т. п.), но есть предвзятость, идеологичность, нетерпимость, несоблюдение принципов кооперативного этикетного речевого поведения.

Фасцинация является важным инструментом воздействия, изменения эмоционального состояния, формирования доминанты внимания и интереса, побуждения к некой деятельности или некому поведению.

Фасцинация — это также результирующая реакция со стороны адресата, состояние очарования и сопутствующие эмоции и аффект. В аспекте адресата это понятие следует понимать как семиозис некого объекта и его признаков. Объект воспринимается в качестве демонстрационного сигнала, который регистрируется подсознанием и означивается как «удивительный» и «чарующий». Фасцинация приводит к сужению сознания, отключению логико-вербального объяснения, интеллектуального аргументирования и оценочной критики [18; 19].

В рамках коммуникативной семиотики можно выделить несколько классификаций фасцинации. По виду носителя может быть фасцинация идеи, образа, формы, нарратива, антуража, объекта (естественного рода, артефакта или ментефакта), персоны, поведения, действа, события, явления. По типам социальных объектов и явлений можно выделить фасцинацию группы, субкультуры, культуры, религии, этоса и т. д.

По виду и качеству воздействия (и противодействия влиянию — в последнем случае) это может быть *собственно фасцинация* (или «позитивная фасцинация») — явление сложное, состоящее из множества подвидов воздействия, нуждающихся в инвентаризации и описании; *суперфасцинация*, вызывающая особую симпатию и любование; *субфасцинация* — вычурно-гипертрофированная и эпатажно-акцентуированная фасцинация[1]; *дезфасцинация* — обманная фасцинация, эффект которой достигается с помощью чарующей или пугающей мимикрии[2]; *экстремальная фасцинация,* создающая эффект «ужасного очарования» с вбросом в организм повышенной порции адреналина[3]; *фасцинация зрелища* (театральная фасцинация) — массовое совместное погружение в чарующие и экстремальные впечатления: путешествия, концерты, фестивали, карнавалы, игры, хобби и т. д.[4]; *семантическая фасцинация* — возбуждающее воздействие символического и «недосказанного» проблемного смысла, провоцирующего работу ассоциативно-эмоциональной стороны психики с образованием доминант внимания, интереса, азарта разгадки и дешифровки [17]. Выделяют также *антифасцинативность* — всё, что используется или присутствует в коммуникации и имидже, но вызывает отторжение, и *контрфасцинацию* — сопротивление фасцинации, которое запускается при необходимости «защитить себя от ненужной или нежелательной информации» [18].

На наш взгляд, последняя классификация фасцинации (по виду и качеству воздействия)

[1] К субфасцинации относятся озорство, баловство, растормаживание табуированных действий, проявления экстремального символизма, самовыражения через тело (пирсинг, татуировки и пр.), акцентуация имиджа (через экстравагантность, возбуждение, демонстрацию черт, связанных с демонизмом или вампиризмом и т. д.), патологии, связанные с субфасцинацией (нарциссизм, нимфомания, эксгибиционизм и др.). Семиотика «неприличного» подражания, по сути субфасцинативная, была частью древних обрядов и ритуалов всех культур, особенно в их оргийных формах. Использование крепких слов в разговоре, насмешливый мем, ругательство превращаются в элементы фасцинации благодаря неожиданности, несоответствию литературным нормам, «разительному» нарушению правил. О воздействующей мощи субфасцинации свидетельствует афористическое наблюдение писателя Жюля Ренара: «Если в фразе есть слово “задница”, публика, как бы она ни была изысканна, услышит только это слово». Оскорбительные выражения или сравнения могут быть провокациями и вызвать гнев даже у уравновешенного человека [19].

[2] Дезфасцинация — обманно-чарующая или пугающая демонстративность, особ. мимикрия. Все живое не только показывает свои истинные качества в реальных ситуациях, но и использует притворство, создаёт иллюзии и играет ложные роли, чтобы дезориентировать окружающих. Желание многих людей казаться лучше, чем они есть на самом деле, вызывает дезфасцинацию. Она основана на притягательности популярности, славы, престижа, демонстративного потребления, нарциссической демонстративности и т. д. Сюда же входят такие явления, как франтизм, дендизм и снобизм. В. М. Соковнин полагает, что демонстрация престижа амбивалентна, может вызывать и позитивную, и негативную реакцию, последнее — в связи с корыстным обманом или желанием вызвать зависть демонстрацией превосходства. «Стремясь эффектнее выглядеть и подавить окружающих, человек инстинктивно вызывает в них неприязнь, а то и злобу. Социальная (классовая) ненависть не выдумка, а вполне реальная психологическая фрустрация» [19, с. 367].

[3] Экстремальное поведение («на грани возможного», «на пределе») не только приковывает внимание и разжигает страсти, но и является в филогенезе необходимым этапом «тренировки» молодёжи, осваивания форм дерзости, авантюризма, телесной эквилибристики. Часть такого поведения закрепляется в системе демонстративного поведения вида в межполовых отношениях, защите территории и рода и т. д., может провоцировать экстремизм.

[4] Кроме влечения к празднеству, весёлому и красивому шоу, театральная фасцинация включает и подсознательный интерес к ужасному, террору, страданию, смерти, демоническому. В. М. Соковнин упоминает публичные казни как пример фасцинативного спектакля, нацеленного на массы [19, с. 351].

во многом соответствует сущности фасцинирующих (фасцинативных) стратегий. Лаудативность, стратегия, используемая в жанре хвалебных речей / текстов, также может частично сопрягаться со стратегией фасцинативности.

Обобщая, можно сказать, что коммуникативные стратегии фасцинации основаны на семиотических (экстралингвистических, паралингвистических, сугубо лингвистических и проч.) средствах выражения:

– обаяния, харизмы, уверенности;

– благородства, демонстрации высоких достижений и качества (качеств);

– эстетичности и красоты;

– высокого статуса, ранга, превосходства, силы, власти, роскоши;

– необычности, загадочности;

– ошеломляющих качеств (станнинга);

– «чарующего» эпатажа и экстрима;

– острого и гротескного высмеивания;

– устрашения, в т. ч. внушения ужаса и благоговейного страха и т. п.;

1.2 Стратегии, эффективность которых связана с ***негативным эмоциональным возбуждением*** собеседника, основаны на интенциях вызвать у него гнев, печаль, жалость, разочарование, подавленность, возмущение, презрение, страх и т. п. Негативные стратегии подразделяются на очерняющие, фрустрирующие и провокационные.

1.2.1 ***Очерняющие*** стратегии, предполагающие оскорбительные высказывания, критику посредством инсинуаций, принижения, клеветы и т. п., нашли отражение в научной литературе (особенно в контексте когнитивно-информационной войны). Среди них следует различать обсуждаемую О. С. Иссерс дискредитацию, а также компрометацию, опорочивание, демонизацию, унижение и уничижение, вербальную дискриминацию, игнорирование, саботирование, открытое негативное реагирование, моральное уничтожение [9; 23; 2]. Эти стратегии могут включать в себя разнообразные тактики и приёмы: угрозы, грубые приказы, оскорбления, хамство, издёвки, отказы, обвинения, обличения, дистанцирование, игнорирование, создание эмоциональной напряжённости, демонстрацию обиды, апелляцию к негативным чувствам, анализ-минус (описание предмета / лица, внешне нейтральное, но с негативными импликациями / инференциями) [15] и т. п. В обычных речевых взаимодействиях, не предполагающих конфронтации, открыто очерняющие стратегии избираются коммуникантами редко.

1.2.2 ***Фрустрационные*** стратегии призваны вызвать у адресата чувство фрустрации, т. е. неудовлетворенности, недовольства или разочарования. Термин «фрустрация» относится к психологическому напряжению индивида, когда имеет место препятствование исполнению его намерений, негативная для него ситуация или угроза негативного развития. Результатом фрустрации является сужение сознания, внимание индивида сосредоточивается на неудовлетворенной потребности как раздражающем факторе, что искажает восприятие действительности [10, с. 185]. Среди фрустрационных коммуникативных стратегий выделяются:

- констатация негативного статус-кво, создание психологического дискомфорта с использованием сравнения ресурсов не в пользу адресата («у вас — у нас — у них»);

- прогнозирование негативного развития, создание психологического дискомфорта с использованием оппозиции «прошлое — настоящее — будущее».

Эта и предыдущая стратегии включают тактики, предполагающие трансляцию угрозы или констатацию негативной ситуации, связанных: а) с лишением: денег, имущества, возможности заниматься любимым делом, поддержки, ценных взаимоотношений, общения и т. д.; б) с потерей: отношений, работы, имущества, авторитета, уверенности в себе и т. д.; в) с конфликтом: с людьми, обществом, внутренним и т. д.

Другими фрустрационными коммуникативными стратегиями являются:

– нагнетание отрицательных эмоций, достигаемое при помощи эмоционального заражения, подмены фактов художественными образами, эмотивной лексикой и т. п. [22];

– шокирование негативными «фактами» посредством апелляции к статистике, визуализации [Там же];

– «я»-стратегия [24, с. 96–97], чрезмерное использование самопрезентации, настаивание на своём с целью подавления выражения мнения собеседником, пренебрежения им;

– стратегия эмоциональных качелей, основанная на чередовании сближения с собеседником и дистанцировании от него. Откликом адресата на эмоциональные качели является диссонанс, амбивалентность чувств, усталость от неопределённости.

1.2.3 ***Провокационные*** стратегии представляют собой попытки побудить адресата к реакции, эмоции или конфликту посредством действий

или слов. Провокация определяется как преднамеренное или непреднамеренное действие, которое вынуждает кого-то реагировать или отвечать на определённые стимулы. Интенция провокации — вызвать у адресата импульсивную реакцию, вынудить его на необдуманные (зачастую разрушительные или наказуемые) действия [14]. Провокация пересекается со стратегиями очернения (нагнетание негатива) и фасцинации (театральность, скандализация). Среди провокационных стратегий выделяются:

– Вызов эмоций (как правило, негативных) у адресата (группы или безличной публики, окружающих). Включает тактики насмешек, навешивания ярлыков и др. Сюда же входят провокационные вопросы.

– Стратегии показной несерьёзности или показного цинизма. Коммуникант может демонстрировать такое отношение к адресату или ситуации в силу желания продемонстрировать протест, бросить вызов, выказать пренебрежение собеседником или окружающими.

– Взятие «на слабо», выражение сомнения в способностях, честности и проч. качествах адресата.

– Навязывание адресату желательного для манипулятора образа себя («ты»-образа) и вынуждение соответствовать этому образу.

– Разжигание конфликта между членами группы, вызов у них направленных друг против друга негативных эмоций (обиды, гнева, ненависти, страха) и соответствующих поведенческих реакций.

– Соблазн (искушение), связанный с уговорами или побуждением индивида к совершению вредных для себя действий из любопытства, желания и т. п.

– Формирование у индивида чувств вины или стыда с целью заставить его сделать нужное провокатору, чтобы загладить вину, исправить ошибку.

– Использование болтливости, общительности, самомнения, а также склонности людей указывать на чужие ошибки, заблуждения, ложь, тем самым раскрывая известную им информацию или свою точку зрения.

– Стратегия подведения к ситуации без выбора или выбора между двумя плохими исходами поступков адресата.

– Драматизация (театральность), основанная на гиперболизованной эмоциональной демонстрации переживаний и событий, которая ранее обсуждалась нами в качестве стратегии фасцинации.

– Скандализация, означающая приведение в смущение, оскорбление чем-либо, нарушающим правила приличия, это также привлечение внимания к событию, факту или лицу, которое представляется в негативном свете, чтобы вызвать общественную реакцию осуждения. Скандализация часто основана на инстинктивном интересе людей к скандальным, гротескным, опасным, страшным и подобным фактам и ситуациям[1]. С помощью скандала можно отвлечь внимание людей от важных для них проблем, направить их недовольство в нужную провокатору сторону.

Заключение

Речевые интенции служат психологической основой для выбора и использования определённых речевых жанров и стратегий в коммуникации. Речевые жанры, в свою очередь, определяют структуру и форму коммуникации, а речевые стратегии помогают достичь желаемых результатов в процессе общения. Таким образом, речевые интенции влияют на выбор речевых жанров и стратегий, а те реализуют эти интенции в процессе коммуникации.

Выявление коммуникативных интенций при анализе речевых жанров и стратегий обеспечивает неформальность и глубину интерпретации. В свою очередь, исследование речевых жанров и речевых стратегий предоставляет конкретные примеры и контексты, в которых проявляются интенции. Анализ речевых жанров позволяет увидеть, какие интенции обычно связаны с определёнными формами (моделями или шаблонами коммуникации), а изучение речевых стратегий помогает понять, как используется язык для реализации интенций. Кроме того, сравнение различных речевых жанров и стратегий может выявить общие паттерны реализации интенций в разных ситуациях. Например, стратегии фрустрации и провокации могут иметь одну общую интенцию — изменить мнение или поведение адресата, но использовать разные тактики: фрустрационная тактика — угроза потерь, если адресат не изменит мнение / поведение, провокационная — взятие его «на слабо». Такое сравнение помогает понять, как различные речевые стратегии отражают одни и те же интенции, но реализуют их разными способами, адаптируясь к контексту, ситуации, ролям и статусам коммуникантов.

[1] Ср. «думскроллинг» в журналистике.

Список источников

1. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999. 896 с.

2. Баглюк С. Б. Очернение как элемент информационной войны // Национальная ассоциация учёных. 2021. № 70. С. 13-17.

3. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1986. 444 с.

4. Гольдин В. Е. Имена речевых событий, поступков и жанры русской речи // Жанры речи. Саратов: Колледж, 1997. С. 23–33.

5. Гребенщикова Т. А., Зачесова И. А. Интенциональный аспект взаимодействия в семейном диалоге // Вопросы психолингвистики. 2012. № 16. С. 106–113.

6. Дементьев В. В. Теория речевых жанров. М.: Знак, 2010. 597 с.

7. Денисенко В. Н., Чеботарёва Е. Ю. Современные психолингвистические методы анализа речевой коммуникации: Учебное пособие. М.: РУДН, 2008. 258 с.

8. Дудников К. Э. Интент-анализ, коммуникативные стратегии и тактики, теория речевых актов: сравнительный анализ современных подходов к изучению интенциональности в её речевом проявлении // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. 2017. № 5. С. 176–188.

9. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: ЛКИ, 2008. 288 с.

10. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М.: Эксмо, 2005. 832 с.

11. Катенева И. Г. Механизмы и языковые средства манипуляции в текстах СМИ: на примере общественно-политических оппозиционных изданий: автореферат дис. ... канд. филол. н. Новосибирск, 2010.

12. Кириллова Е. И. Классификация речевых интенций психотерапевта //URL: http://carl-rogers.ru/documents/pdf/Classification%20of%20speech%20intention%20Psychotherapists.pdf (дата обращения: 27.08.2024).

13. Лабутина В. В., Топчий И. В. Оппозиция «МЫ» — «ОНИ» в дискурсивной практике комментария сетевого медиаконтента // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2020. № 1. С. 101–105.

14. Меликян В. Ю. Провокация vs подстрекательство: нормы этики vs нормы права (юрислингвистическая интерпретация) // Язык и право: актуальные проблемы взаимодействия: сб. ст. по матер. X Всерос. науч.-практ. конф. 15 ноября 2020 г. Ростов н/Д: Дониздат, 2020. С. 6–26.

15. Михалёва О. Л. Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. 256 с.

16. Павлова Н. Д., Гребенщикова Т. А. Интент-анализ: основания, процедура, опыт использования. М.: Институт психологии РАН, 2017. 151 с.

17. Соковнин В. М. Семантическая фасцинация в мире человеческого общения: URL: https://www.fascinology.ru/Proekt.htm (дата обращения: 15.08.2024).

18. Соковнин В. М. Фасцинация. Коммуникация. Общение. URL: https://studylib.ru/doc/3728236/ (дата обращения: 28.08.2024).

19. Соковнин В. М. Фасцинология как наука // Фасцинология. 2003. URL: http://www.fascinology.ru/Fa_2003.htm (дата обращения: 29.08.2024).

20. Соковнин В. М. Фасцинология: Пролегомены к науке о чарующей, доминантной и устрашающей коммуникации животных и человека. Екатеринбург: Изд. Урал. ун-та, 2005. 400 с.

21. Сулимов В. А. Когнитивные стратегии в современном русском литературном тексте // Вестник Международной академии наук. Русская секция. 2007. № 2. С. 75–79.

22. Терских М. В. Реализация стратегий коммуникативного воздействия в текстах социальной рекламы // Научный диалог. 2020. № 5. С. 146–157.

23. Трофимова В. А. Дискурсивные средства реализации нарушения максим одобрения и симпатии в речевой модели коммуникативного давления // Филологический аспект. 2021. № 02 (70). URL: https://scipress.ru/philology/articles/diskursivnye-sredstva-realizatsii-narusheniya-maksim-odobreniya-i-simpatii-v-rechevoj-modeli-kommunikativnogo-davleniya.html (дата обращения: 28.08.2024).

24. У Баоянь. Коммуникативные стратегии и тактики и языковые средства их реализации в русскоязычной неформальной межличностной дискурсии : на материале Интернет-дневников : дис. ... канд. филол. н. М., 2008. 232 с.

25. Ушакова Т. Н. Слово в действии: интент-анализ политического дискурса. С.-Пб.: Алетейя, 2000. 316 с.

26. Формановская Н. И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности рус. яз. и лит. М.: Инст-т рус. яз., 2002. 213 с.

27. Шмелева Т. В. Модель речевого жанра // Жанры речи. 1997. № 1. С. 88–98.

References

1. Arutyunova ND. Yazyk i mir cheloveka = Language and the World of Man. Moscow: M.: Yazyki russkoy kul'tury, 1999. 896 p.

2. Baglyuk SB. Denigration as an Element of Information Warfare. *Natsional'naya assotsiatsiya uchonykh = National Association of Scientists.* 2021;70:13-17.

3. Bakhtin MM. Estetika slovesnogo tvorchestva = Aesthetics of Verbal Creativity. Moscow: Iskusstvo, 1986. 444 p.

4. Gol'din VE. Names of Speech Events, Actions, and Genres of Russian Speech. Zhanry rechi = Speech Genres. Saratov: College, 1997. Pp. 23-33.

5. Grebenshchikova TA., Zachesova IA. Intentional Aspect of Interaction in Family Dialogue. *Issues of Psycholinguistics.* 2012;16:6-113.

6. Dement'yev VV. Teoriya rechevykh zhanrov = Theory of speech genres. M.: Znak, 2010. 597 p.

7. Denisenko VN., Chebotarova EYu. Sovremennyye psikholingvisticheskiye metody analiza rechevoy kommunikatsii = Modern psycholinguistic methods of speech communication analysis. M.: RUDN, 2008. 258 p.

8. Dudnikov KE. Intent analysis, communication strategies and tactics, speech act theory: a comparative analysis of modern approaches to the study of intentionality in its speech manifestation. *Bulletin of Moscow University. Series 9: Philology.* 2017;5:176-188.

9. Issers OS. Kommunikativnyye strategii i taktiki russkoy rechi = Communicative strategies and tactics of Russian speech. M.: SPbMTU, 2008. 288 p.

10. Kara-Murza SG. Manipulyatsiya soznaniyem = Manipulation of Consciousness. M.: Eksmo, 2005. 832 p.

11. Kateneva IG. Mekhanizmy i Yazykovyye sredstva manipul Yatsii v tekstakh SMI: na primere obshchestvenno-politicheskikh oppozitsionnykh izdaniy = Mechanisms and Linguistic Means of Manipulation in Mass Media Texts: Using Socio-Political Opposition Publications as an Example: Abstract of Dis. ... Cand. Sci. (Philology). Novosibirsk, 2010.

12. Kirillova EI. Klassifikatsiya rechevykh intentsiy psikhoterapevta = Classification of speech intentions of a psychotherapist. Available from: http://carl-rogers.ru/documents/pdf/Classification%20of%20speech%20intention%20Psychotherapists.pdf (accessed: 27.08.2024).

13. Labutina VV, Topchiy IV. Opposition "WE"-"THEY" in the discursive practice of commenting on online media content. *VSU Bulletin. Series: Philology. Journalism.* 2020;1:101-105.

14. Melikyan VYu. Provokatsiya vs podstrekatel'stvo: normy etiki vs normy prava (yurislingvisticheskaya interpretatsiya) = Provocation vs. incitement: ethical norms vs. legal norms (legal-linguistic interpretation). Language and Law: Current Issues of Interaction: Proceedings of the 10th All-Russian Scientific and Practical Conf. November 15, 2020 Rostov-on-Don: Donizdat, 2020. Pp. 6-26.

15. Mikhalova OL. Politicheskiy diskurs: Spetsifika manipulyativnogo vozdeystviya = Political discourse: Specifics of manipulative influence. M.: "LIBROKOM", 2009. 256 p.

16. Pavlova ND., Grebenshchikova TA. Intent-analiz: osnovaniya, protsedura, opyt ispol'zovaniya = Intent analysis: grounds, procedure, experience of use. M.: Inst. of Psychology RAS, 2017. 151 p.

17. Sokovnin VM. Semanticheskaya fastsinatsiya v mire chelovecheskogo obshcheniya = Semantic fascination in the world of human communication. Available from: https://www.fascinology.ru/Proekt.htm (accessed: 15.08.2024).

18. Sokovnin VM. Fastsinatsiya. Kommunikatsiya. Obshcheniye = Fascination. Communication. Intercourse. Available from: https://studylib.ru/doc/3728236/ (accessed: 28.08.2024).

19. Sokovnin VM. Fastsinologiya kak nauka = Fascinology as a science. Fascinology. 2003. 1. Available from: http://www.fascinology.ru/Fa_2003.htm (data obrashcheni Ya: 29.08.2024).

20. Sokovnin VM. Fastsinologiya: Prolegomeny k nauke o charuyushchey, dominantnoy i ustrashayushchey kommunikatsii zhivotnykh i cheloveka = Fascinology: Prolegomena to the science of enchanting, dominant and frightening communication of animals and humans. Ekaterinburg: Ural Publishing House. University, 2005. 400 p.

21. Sulimov VA. Kognitivnyye strategii v sovremennom russkom literaturnom tekste = Cognitive strategies in the modern Russian literary text. Bu*lletin of the International Academy of Sciences. Russian section.* 2007;2:75-79.

22. Terskikh MV. Implementation of strategies of communicative influence in the texts of social advertising. *Nauchnyy dialog = Scientific dialogue.* 2020;5:146-157.

23. Trofimova VA. Discursive means of implementing the violation of the maxims of approval and sympathy in the speech model of communicative pressure. *Filologicheskiy aspekt = Philological aspect.* 2021;2(70). Available from: https://scipress.ru/philology/articles/diskursivnye-sredstva-realizatsii-narusheniya-maksim-odobreniya-i-simpatii-v-rechevoj-modeli-kommunikativnogo-davleniya.html (accessed: 08/28/2024).

24. Wu Baoyan. Communicative strategies and tactics and linguistic means of their implementation in Russian-language informal interpersonal discourse: based on Internet diaries: dis. ... Cand. Sci. (Philology). Moscow, 2008. 232 p.

25. Ushakova TN. Slovo v deystvii: intent-analiz politicheskogo diskursa = Word in action: intent analysis of political discourse. S.-Pb.: Aleteya, 2000. 316 p.

26. Formanovskaya NI. Rechevoye obshcheniye: kommunikativno-pragmaticheskiy podkhod = Speech communication: communicative-pragmatic approach: Textbook for university students studying in the Russian language and literature specialty. Moscow: Institute of the Russian Language, 2002. 213 p.

27. Shmeleva TV. Model of speech genre. *Zhanry rechi = Speech genres.* 1997;1:88-98.

Информация об авторах

Е. В. Шелестюк — доктор филологических наук, профессор кафедры теоретического и прикладного языкознания.

А. С. Варламова — студент бакалавриата.

Information about the authors

Elena V. Shelestyuk — Doctor of Philology Sciences, Professor at the Department of Theoretical and Applied Linguistics.

Alexandra S. Varlamova — Bachelor of Arts (Philology).

Статья поступила в редакцию 15.07.2024; одобрена после рецензирования 28.08.2024; принята к публикации 24.09.2024.

The article was submitted 15.07.2024; approved after reviewing 28.08.2024; accepted for publication 24.09.2024.

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

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

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 108–114.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):108-114.

Научная статья

УДК 811.112.2

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-108-114

ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ГЛАГОЛЬНЫХ КОММУНИКЕМ-ЭНАНТОНИМОВ В РУССКОЙ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОЙ РЕЧИ

Липин Юй[1]✉, Валентина Леонидовна Гаврилова[2]

[1] Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия, st106489@student.spbu.ru, 0009-0007-2070-9518

[2] Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена, Санкт-Петербург, Россия, gavrilova_spb@mail.ru, 0000-0002-2292-2220

Аннотация. В статье представлены результаты лексико-грамматического анализа русских глагольных коммуникем-энантонимов, которые активно используются в современных публицистических текстах. Актуальность исследования обусловлена необходимостью глубокого всестороннего изучения коммуникем с противоположным значением. В ходе исследования уточнены и систематизированы лексико-грамматические особенности коммуникем с противоположным значением, связанные с такими категориями, как наклонение, лицо, число и время глаголов. Выявление и описание лексико-грамматических особенностей коммуникем с противоположным значением предполагает использование следующих методов: аналитический метод (лексико-грамматический метод), описательный метод, контекстуальный анализ, метод интерпретации. Было установлено, что чаще всего глаголы в русских коммуникемах-энантонимах, которые встречаются в публицистике, представлены в форме настоящего и прошедшего времени с целью выражения отношения к уже произошедщим событиям и избегания нарушения принципа экономии из-за использования десемантизированного глагола-связки *быть*. Императивная и инфинитивная формы глаголов могут усиливать эмоциональное значение коммуникем. В связи с тем, что коммуникемы характерны прежде всего для неофициальной диалогической речи, глаголы в русских коммуникемах-энантонимах чаще всего имеют форму единственного числа. В глагольных коммуникемах-энантонимах среди личных форм глагола преобладают формы второго лица, поскольку в определённых коммуникативных ситуациях говорящий, комментируя происходящее или текущее событие, прибегает к обобщённо-личным предложениям, чтобы подчеркнуть обобщённость суждения, а форма второго лица воспринимается как обобщённая. В составе русских коммуникем достаточно редко встречаются глаголы в форме третьего лица, в случае которого субъектом являются члены оппозиции: *Бог — черт.* Авторы пришли к выводу, что лексико-грамматическое оформление коммуникем с противоположным значением позволяет усилить эмоциональность и экспрессивность высказываний, что необходимо для выражения либо разных интенций, либо эмоций, либо авторской оценки объектов речи (обсуждаемых событий, явлений, лиц). Перспективы исследования видятся в том, чтобы сравнить лексико-грамматические особенности глагольных коммуникем, имеющих антонимичное значение, в разных стилях речи.

Ключевые слова: глагол, лексико-грамматические особенности, коммуникема, энантиосемическое значение, публицистический стиль речи, русский язык

Для цитирования: Юй Липин, Гаврилова В. Л. Лексико-грамматические особенности глагольных коммуникем-энантонимов в русской публицистической речи // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 108–114. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-108-114.

© Юй Липин, Гаврилова В. Л., 2024

Original article

LEXICAL AND GRAMMATICAL FEATURES OF VERB COMMUNICEMES-ENANTONYMS IN RUSSIAN PUBLICIST SPEECH

Liping Yu[1✉], **Valentina L. Gavrilova**[2]

[1] St.-Petersburg State University, St. Petersburg, Russia, st106489@student.spbu.ru, 0009-0007-2070-9518

[2] Herzen University, St. Petersburg, Russia, gavrilova_spb@mail.ru, 0000-0002-2292-2220

Abstract. The article presents the results of a lexical and grammatical analysis of Russian verbal communicemes-enantonyms, which are actively used in modern publicist texts. The relevance of the study is due to the need for a deep, comprehensive study of communicemes with opposite meanings. During the study, the lexical and grammatical features of communicemes with opposite meanings associated with such categories as mood, person, number and tense of verbs were clarified and systematized. Identification and description of the lexico-grammatical features of communicemes with opposite meanings involves the use of the following methods: analytical method (lexico-grammatical method), descriptive method, contextual analysis, interpretation method. It was found that most often the verbs in Russian communicemes-enantonyms, which are found in journalism, are presented in the form of the present and past tense in order to express the attitude towards events that have already occurred and avoid violating the principle of economy due to the use of a desemantized linking verb *to be.* Imperative and infinitive forms of verbs can enhance the emotional meaning of communications. Due to the fact that communicemes are characteristic primarily of informal dialogic speech, the verbs in Russian communicemes-enantonyms most often have a singular form. In verbal communicemes-enantonyms, the second person forms predominate among the personal forms of the verb, since in certain communicative situations the speaker, commenting on an ongoing or current event, resorts to generalized personal sentences to emphasize the generality of the judgment, and the second person form is perceived as generalized. In Russian communicemes, verbs in the third person form are quite rare, in them the subject is either of the members of the opposition *God and devil*. We conclude that the lexical and grammatical design of communicemes with opposite meanings makes it possible to enhance the emotionality and expressiveness of statements, which is necessary to express either different intentions, or emotions, or the author's assessment of the objects of speech (discussed events, phenomena, persons). The prospects for the study lies in comparing the lexical and grammatical features of verbal communicemes that have antonymous meanings in different speech styles.

Keywords: verb, lexical and grammatical features, communiceme, enantiosemic meaning, publicist style, Russian language

For citation: Yu Liping, Gavrilova VL. Lexical and grammatical features of verb communicemes-enantonyms in Russian publicist speech. *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;(8(490): 108-114. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-108-114.

Введение

С развитием теории функциональной грамматики одним из самых важных объектов лингвистических исследований стали синтаксические фразеологические единицы (СФЕ) или синтаксические фразеологизмы, которые относятся к уровню синтаксиса и в то же время обладают рядом комплексных характеристик фразеологизмов: устойчивостью плана содержания и плана выражения, идиоматичностью, воспроизводимостью, слитностью компонентов и т. д. [8, с. 52; 10, с. 46].

В ядро поля СФЕ входят коммуникемы, к изучению которых лингвисты обратились ещё в 80-е гг. XX в. В. Ю. Меликян называет коммуникемой коммуникативную непредикативную единицу синтаксиса, по форме представленную одном словом или свободное сочетанием нескольких слов, по содержанию выражающую определённое эмоциональное или волевое значение [5; 6, с. 56].

По мнению А. М. Дырула, коммуникемы можно разделить на три тематические подгруппы: этикетные коммуникемы, коммуникемы со значением «утверждение / отрицание», оценочные коммуникемы [2, с. 4].

Как утверждает В. Ю. Меликян, существует четыре структурно-семантических типа коммуникем: собственно коммуникемы, фразеологические схемы (фразеосхемы), устойчивые модели и устойчивые обороты [8, с. 62; 9]. Исследователь разработал данную классификацию по критерию «степень семантического взаимодействия компонентов»: сращение, единство, сочетание и выражение [6, с. 57].

Г. Н. Острикова разграничивает коммуникемы-энантонимы по оппозициям: номинативные /

эмоционально-оценочные, симметричные / несимметричные [11, с. 27].

В современной журналистике наметилась тенденция активного использования элементов разговорной речи для повышения эффективности в достижении целей коммуникации. С одной стороны, говорящий стремится к экономии языковых средств, а с другой — к усилению выразительности текста. В решении этих задач важную роль играют коммуникемы, особенно те единицы, которые характеризуются многозначностью и имеют в своей семантике противоположное значение и именно поэтому могут быть поняты адекватно только с учетом ситуации и контекста, а в устной речи — и интонации.

Известно, что в русском языке более 20 % коммуникем (около 350 единиц) совмещают в себе энантиосемичные значения. Как отмечает К. А. Рычнева, отличительной чертой большинства русских коммуникем следует признать возможность совмещения положительного и отрицательного значений [14, с. 479]. С точки зрения Г. Н. Остриковой, универсальность категории энантиосемии подтверждается её существованием и в лексических противоположных единицах, и в коммуникемах-энантонимах [11, с. 27]. При этом данный тип коммуникем не только является значимым компонентом языковой картины мира, но и в определённой степени демонстрирует национальную специфику языка.

Коммуникемы выражают эмоционально-оценочное значение, то есть «субъективная оценка и отношение говорящего к упомянутому предмету, явлению, действию или признаку отражается в используемой им коммуникеме» [3, с. 522]. При этом эмоциональная окраска может иметь различные оттенки: от иронического до торжественно-приподнятого.

До сих пор отсутствуют исследования, в которых проведён глубокий анализ лексическо-грамматического оформления русских коммуникем. Обращение к глагольным фразеологизированным синтаксическим моделям обусловлено важной ролью глаголов в построении высказываний на русском языке. Кроме того, мы основывались на предикатоцентрической классификации У. Чейфа, в соответствии с которой в глагольных коммуникемах воздействие является характерным признаком действия-процесса [15]. Другими словами, предикат называет действие, которое совершает «агент» и обусловливает изменение состояния «патиента».

Цель данной статьи — рассмотреть русские глагольные коммуникемы-энантонимы в функционально-семантическом аспекте и выявить лексико-грамматические особенности таких коммуникем.

Материал и методы исследования

Материалом исследования послужили 73 коммуникемы, представленные в лексико-фразеографических источниках и газетных текстах из Национального корпуса русского языка (НКРЯ) (1990–2023 гг.).

Для выявления и описания лексико-грамматических особенностей коммуникем с противоположным значением были использованы следующие методы: аналитический метод (лексико-грамматический метод), описательный метод, контекстуальный анализ, метод интерпретации.

Результаты и обсуждение

На первом этапе исследования были отобраны глагольные коммуникемы-энантонимы, зафиксированные в «Синтаксическом фразеологическом словаре русского языка» [7]. Количество таких коммуникем составляет 22 % (73 единицы) от общего количества энантиосемичных коммуникем (всего 327 единиц).

На втором этапе был проведен корпусный анализ текстов по частотности употребления коммуникем, отобранных на первом этапе, с использованием формы лексико-грамматического поиска в газетном подкорпусе НКРЯ. В ходе такого анализа были исключены единицы, отсутствующие в публицистической речи, и выделены те глагольные коммуникемы (61 единица), которые активно используются при создании текстов публицистического стиля.

На третьем этапе были проанализированы лексико-грамматические особенности глагольных коммуникем-энантонимов. В соответствии с теоретическим описанием грамматических категорий русских глаголов [13; 16, с. 196; 17] мы выделили четыре ключевые категории, которые в наибольшей степени демонстрируют лексико-грамматические особенности глагольных компонентов конструкций в исследуемых коммуникемах. К ним относятся: наклонение (учитываются только императив и индикатив), лицо, число, время. Кроме того, в список была добавлена неопределённая форма глагола (инфинитив) в связи с их особой ролью в русской речи.

Таблица 1
Table 1

Лексико-грамматические особенности глагольных коммуникем-энантонимов (публицистический стиль речи)

Коммуникема (частотность употребления)	Лексико-грамматические характеристики									
	инф.	имп.	лицо			число		время		
			1	2	3	ед.	мн.	пр.	наст.	буд.
<Ты [вы]> Представляешь(-ете) [Воображаешь(-ете)] <себе> (?)! (2758)	—	—	—	+	—	+	+	—	+	—
Везет [Повезло] <тебе [ему, ей, ...]>!; <Тебе [ему, ей, ...]> везет [повезло]! (2355)	—	—	—	—	+	+	—	+	+	—
<Ты[вы]> <Только> Представь(-те) [Вообрази(-те)] <себе>! (2132)	—	+	—	+	—	+	+	—	—	—
<И [можешь(-ете)]> Не сомневаться (-йся, -йтесь)! (1315)	+	+	—	+	—	+	+	—	+	—
Бог [господь, аллах, чёрт, бес, ...] <его [тебя, вас, её, ...]> знает [(не) ведает, (не) разберет, (не) поймёт]! (882)	—	—	—	—	+	+	—		+	+
Клянусь <Богом [перед Богом, мамой, прахом матери, ...]>! (832)	—	—	+	—	—	+	—	—	+	—
Чёрт [бес, леший, шут, ...] <меня [тебя, ...]> побери [возьми, ...]!; Чёрт бы <меня [тебя, ...]> побрал(-а) [брал(-а)]! (800)	—	+	—	+	—	+	+	+	+	—
<Ну(,)> Бывай(-те) [жив(-ы)] здоров(-ы)!; Бывай(-те)! (670)	—	+	—	+	—	+	+	—	—	—
<Ну(,)> Будь(-те) здоров(-ы) <(и) не кашляй(-те)>!; Будь(-те)! (583)	—	+	—	+	—	+	+	—	—	—
<Ну> О чём говорить! (567)	+	—	—	—	—	—	—	—	—	—
<Ну>(,) <Ты [вы]> (по)смотри(-те) [гляди(-те), ...] < Пожалуйста [на него, на неё, ...]>! (495)	—	+	—	+	—	+	+	—	—	—
<От всей души [сердечно, горячо]> поздравляю(-ем) <вас [тебя, их, ...]>! (397)	—	—	+	—	—	+	+	—	+	—
Нечего сказать! (325)	+	—	—	—	—	—	—	—	—	—
<Вот> Видал(-ла, -ли)[видел(-ла, -ли), видишь(-ите) <ли> (?)!; Изволь(-те) видеть!(266)	—	—	—	+	—	+	+	+	+	—
Бегу! (227)	—	—	+	—	—	+	—	—	+	—

В табл. 1 приведены примеры **коммуникем** с противоположным значением, обнаруженных в **русскоязычных публицистических текстах,** и их лексико-грамматические особенности.

Анализ показал, что чаще всего глаголы в русских энантиосемичных коммуникемах, которые встречаются в публицистике, представлены в форме настоящего времени:

1) *«Ты, правда, едешь в Северную Корею?* ***Вот везет тебе!****» — с некоторой завистью в голосе сказал один из знакомых, узнав, что я собираюсь в Пхеньян.* (Кс. Архипова. «Скорее всего, за нами следят» // lenta.ru, 19.08.2019).

2) *«****Можешь не сомневаться,*** *наша страна без власти не останется», — успокоил он молодого человека.* (Медведев посоветовал «не париться» насчет президентских выборов // lenta.ru, 22.07.2007).

В первом примере производящей основой коммуникемы *Вот везет тебе!* является безличное предложение, в котором использовано простое глагольное сказуемое в форме настоящего времени 3-его лица единственного числа — *везет*. Во втором примере производящая основа коммуникемы *Можешь не сомневаться!* — составное глагольное сказуемое, которое состоит из модального глагола *можешь* в настоящем времени 2-ого лица единственного числа и инфинитива (*сомневаться*).

Также часто встречаются коммуникемы, в которых предикатная часть включает глагол в форме прошедшего времени:

Я так и знал, *что этим закончится!* (Т. Меликян. Локальное потепление // lenta.ru, 31.03.2017).

Частое использование глаголов в формах прошедшего и настоящего времени в составе производящих основ в анализируемых коммуникемах объясняется тем, что большинство русских энантиосемичных коммуникем связано с выражением отношения к уже произошедшим событиям.

Глаголы в будущем времени редко встречаются в коммуникемах-энантонимах, поскольку в русском языке глаголы несовершенного вида в форме будущего времени предполагают использование десемантизированного глагола-связки *быть* в личной форме и инфинитива (аналитизм), что нарушает принцип экономии, который необходим для функционирования коммуникем. Иногда в состав производящей основы коммуникем входит сказуемое, выраженное глаголом совершенного вида в будущем времени, например: *Черт его разберет!, Бог тебя простит!* В данном случае энантиосемичность этих коммуникем усиливается неизвестностью результата какого-либо события.

Нетрудно обнаружить, что в русском языке существуют некоторые энантиосемичные коммуникемы, производящую основу которых составляют глаголы в повелительном наклонении совершенного или несовершенного вида. Форма императива придаёт категоричность положительному или отрицательному значению, выражаемому данной коммуникемой, и потому повышает градус её эмоциональности, например:

*«На съемках вам, наверное, много приключений пришлось пережить...» «**Ой, и не говори!** Помню, на съёмках в Греции плывём мы с Таней в лодке и страшно мёрзнем».* (Л. Павленко. Алёна Яковлева: Главного злодея мы обстреляли рыбой! // Комсомольская правда, 24.07.2007).

В приведённом примере коммуникема *Ой, и не говори!*, в состав которой входит глагол *говорить* в форме императива единственного числа, выражает абсолютное согласие с собеседником.

Стоит отметить, что в качестве компонента производящей основы коммуникем глаголы чаще всего имеют форму единственного числа. Это связано с тем, что коммуникемы характерны прежде всего для неофициальной диалогической речи.

В исследуемых коммуникемах возможно использование инфинитива. Невопросительные инфинитивные предложения имеют модальные значения ‘необходимость, ненужность, невозможность, желательность действия, опасение, побуждение к действию’ [4, с. 64]. По сравнению с выразительностью, придаваемой коммуникемам повелительной формой, инфинитив значительно усиливает эмоциональность этих единиц. Такие энантиосемичные коммуникемы выражают уверенное утверждение или категоричное отрицание, иногда и ярко выраженное негативное отношение (возмущение, гнев, недовольство).

*«Да бог им судья! Здесь, наверное, **нечего сказать**. И не столь это важно на фоне той потери, которую понесла российская дипломатия, — заявил Песков»* (Раздел «Политика». Захарова: Украина заблокировала принятие заявления в СБ ООН, посвящённого Чуркину // gazeta.ru, 21.02.2017).

В приведённом примере инфинитив входит в состав коммуникемы *нечего сказать*, которая выражает досаду говорящего по поводу невозможности изменить ситуацию.

В глагольных коммуникемах-энантонимах среди личных форм глагола преобладают формы второго лица. Это можно объяснить тем, что в определенных коммуникативных ситуациях форма второго лица воспринимается как обобщённая, т. е. относится к любому слушателю. Таким образом, открываются дополнительные возможности для усиления выразительности сообщения [12, с. 140].

*«Лунгин: **Ну, знаешь ли**, сейчас все мудрецы мира пытаются решить, что лучше: быть целым или жить поодиночке; объединенная Европа на глазах распадается, а ты мне такие вопросы задаешь»* (А. Федина. Все забрали «Бедные родственники» // Известия, 24.12.2007).

Нельзя не учитывать, что при образовании русских энантиосемичных коммуникем глаголы в форме настоящего времени первого лица единственного числа часто употребляются для выражения значения согласия сделать что-либо или, наоборот, иронического отказа выполнить требуемое действие (иногда с добавлением *Сейчас!*). К таким коммуникемам относятся: ***Слушаю!, Слушаюсь!, Несусь!, Мчусь!, Лечу!, Бегу!*** и т. д.

В составе русских коммуникем достаточно редко встречаются глаголы в форме третьего лица:

*«Бомба во фляжке. **Бог простит.** Закон — надеюсь, нет, — сообщила своим читателям телеведущая»* (С. Павлов. Ксения Собчак о взрыве в «Доме-2»: «Бог простит. Закон, надеюсь, нет» // Комсомольская правда, 28.01.2012).

Интересным представляется тот факт, что в этом случае субъектом являются члены оппозиции: Бог — черт.

Заключение

Таким образом, большинство глагольных коммуникем с противоположным значением в русском языке — это нечленимые предложения, предикатная часть которых, как правило, состоит из глаголов в форме настоящего и прошедшего времени второго лица единственного числа.

Императивная и инфинитивная формы глаголов могут усиливать эмоциональное значение коммуникем. Формы глаголов в будущем времени и формы третьего лица относительно реже используются в коммуникемах-энантонимах.

Анализ лексико-грамматических особенностей глагольных коммуникем с противоположным значением в русском языке необходим для построения структурной модели данного типа языковых единиц, что может служить теоретической основой для разработки методики обучения иностранных студентов русской разговорной речи и переводу.

Список источников

1. Газетный корпус НКРЯ: [Электронный ресурс]. М., 2016. URL: https://linghub.ru. (дата обращения: 10.2023).

2. Дырул А. М. Негативно-аффирмативные противопоставления (На материале молдавского языка). АН МССР, Ин-т яз. и лит. Кишинев: Штиинца, 1986. 260 с.

3. Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов. Изд.5-е, исправленное и дополненное. Назрань: ООО Пилигрим, 2010. 486 с.

4. Книга о грамматике. Русский язык как иностранный / Под ред. А. В. Величко. 3-е изд., испр. и доп. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2009. 648 с.

5. Меликян В. Ю. Актуальные вопросы синтаксиса русского языка: Теория нечленимого предложения: учеб. пособие. Ростов-на-Дону: Изд-во РГПУ, 2002. 242 с.

6. Меликян В. Ю. Классификация коммуникем русского языка по степени фразеологизации // Русский язык в школе. 2012. № 4. С. 56–63.

7. Меликян В. Ю. Синтаксический фразеологический словарь русского языка. 2-е изд., стер. М.: Флинта, 2019. 400 с.

8. Меликян В. Ю. Современный русский язык: синтаксис нечленимого предложения: учеб. пособие. Ростов-на-Дону: Изд-во РГПУ, 2004. 288 с.

9. Меликян В. Ю., Меликян А. В. Фразеосхемы как «результаты» процесса фразеологизации // Вопросы когнитивной лингвистики. 2022. № 4. С. 102–114. DOI: 10.20916/1812-3228-2022-4-102-114.

10. Меликян В.Ю., Меликян А.В., Посиделова В.В. Грамматика конструкций vs синтаксическая фразеология // Вопросы когнитивной лингвистики. 2021. № 2. С. 46–64. DOI: 10.20916/1812-3228-2021-2-46-64.

11. Острикова Г. Н. Коммуникемы с противоположными значениями в немецком языке // Вестник Томского государственного университета. 2013. № 4 (24). С. 26–35.

12. Пиотровская Л. А. Эмотивный синтаксис: типология фразеологизированных синтаксических моделей // Известия ВГПУ. 2019. № 1 (134). С. 138–143.

13. Русская грамматика: [В 2-х т. / Редкол.: Н. Ю. Шведова (гл. ред.) и др.]. Т. 1. Синтаксис / [Е. А. Брызгунова, К. В. Габучан, В. А. Цикович и др.]. М.: Наука, 1980. 709 с.

14. Рычнева К. А. Лексико-грамматические особенности коммуникем немецкого языка // Научно-образовательный журнал для студентов и преподавателей «StudNet». 2020. № 8. С. 477–483.

15. Chafe W. L. Meaning and structure of Language. 2nd ed. Chicago: The university of Chicago press, 1975. 360 p.

16. 肖连河， 林全胜， 苗幽燕. 现代俄语通论教程 / 外语教学与研究出版社. Очерки по современному русскому языку. Пекин: Вайюй цзяосюэ юй янцзю чубанше. 2011. 408 с.

17. 张家骅. 新时代俄语通论(下) / 商务印书馆. Современный русский язык. Обновленный теоретический курс. Шанву Иньшугуань. 2007. 382 с.

References

1. RNC – Gazetnyy korpus NKRYA = Russian National Corpus: Newspaper Corpus [Electronic resource]. Moscow, 2016. Available from: https://linghub.ru. (accessed: 10.2023). (In Russ.).

2. Dyrul AM. Negativno-affirmativnyye protivopostavleniya (Na materiale moldavskogo yazyka) = Negative-affirmative oppositions (Based on the material of the Moldavian language). Akademiya nauk MSSR, Institut yazykov i lit. Kishinev: Shtiintsa, 1986. 260 p. (In Russ.).

3. Zherebilo TV. Slovar' lingvisticheskikh terminov. Izd.5-ye, ispravlennoye i dopolnennoye. = Dictionary of linguistic terms. 5th edition, rev. and additional. Nazran′: OOO Piligrim, 2010. 486 p. (In Russ.).

4. Kniga o grammatike. Russkiy yazyk kak inostrannyy = A book about grammar. Russian as a foreign language / Ed. A.V. Velichko. 3rd ed., rev. and additional. Moscow : Publishing house Moscow University, 2009. 648 p. (In Russ.).

5. Melikyan VYu. Aktual'nyye voprosy sintaksisa russkogo yazyka: Teoriya nechlenimogo predlozheniya: ucheb. posobiye = Current issues of syntax of the Russian language: Theory of indivisible sentences: course book. Rostov-on-Don : Publishing house of the RGPU, 2002. 242 p. (In Russ.).

6. Melikyan VYu. Klassifikatsiya kommunikem russkogo yazyka po stepeni frazeologizatsii = Classification of Russian language communications according to the degree of phraseologization. *Russkiy yazyk v shkole = Russian language at school.* 2012;(4):56-63. (In Russ.).

7. Melikyan VYu. Sintaksicheskiy frazeologicheskiy slovar' russkogo yazyka. 2-ye izd. ster. = Syntactic phraseological dictionary of the Russian language. 2nd ed., revised. Moscow: Flinta, 2019. (In Russ.).

8. Melikyan VYu. Sovremennyy russkiy yazyk: sintaksis nechlenimogo predlozheniya: ucheb. posobiye. = Modern Russian language: syntax of an indivisible sentence: course book. Rostov-on-Don: Publishing house RGPU, 2004. (In Russ.).

9. Melikyan VYu, Melikyan AV. Frazeoskhemy kak "rezul'taty" protsessa frazeologizatsii = Phrase schemes as "results" of the process of phraseologization. *Voprosy kognitivnoy lingvistiki = Issues of cognitive linguistics.* 2022;(4):102-114. DOI: 10.20916/1812-3228-2022-4-102-114. (In Russ.).

10. Melikyan VYu, Melikyan AV, Posidelova VV. Grammatika konstruktsiy vs sintaksicheskaya frazeologiya = Grammar of constructions vs syntactic phraseology. *Voprosy kognitivnoy lingvistiki = Issues of cognitive linguistics.* 2021;(2):46-64. DOI: 10.20916/1812-3228-2021-2-46-64. (In Russ.).

11. Ostrikova GN. Kommunikemy s protivopolozhnymi znacheniyami v nemetskom yazyke = Communications with opposite meanings in the German language. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Tomsk State University.* 2013;4(24):26-35. (In Russ.).

12. Piotrovskaya LA. Emotivnyy sintaksis: tipologiya frazeologizirovannykh sintaksicheskikh modeley = Emotive syntax: typology of phraseological syntactic models. *Izvestiya VGPU = Proceedings of the Voronezh State Pedagogical University.* 2019;1(134):138-143. (In Russ.).

13. Russkaya grammatika = Russian grammar. [In 2 volumes / Editorial board: NYu Shvedova (chief editor), etc.]. V. 1. Syntax / [EA Bryzgunova, KV Gabuchan, VA Cikovich and others]. Moscow: Nauka, 1980. 709 p. (In Russ.).

14. Rychneva KA. Leksiko-grammaticheskiye osobennosti kommunikem nemetskogo yazyka = Lexical and grammatical features of German language communication. *Nauchno-obrazovatel'nyy zhurnal dlya studentov i prepodavateley «StudNet» = Scientific and educational magazine for students and teachers "StudNet".* 2020;(8):477-483. (In Russ.).

15. Chafe WL. Meaning and structure of Language. 2nd ed. Chicago: The University of Chicago press, 1975. 360 p.

16. Xiao L, Lin Q, Miao Y. Essays on the course of modern Russian language. Beijing: Foreign Language Teaching and Researching Press, 2011. 408 p. (In Chinese).

17. Modern Russian language. Updated theoretical course. Shangwu Yinshuguan, 2007. 382 c. (In Chinese).

Информация об авторах

Липин Юй — аспирантка кафедры русского языка как иностранного и методики его преподавания.

В. Л. Гаврилова — кандидат филологических наук, профессор кафедры интенсивного обучения русскому языку как иностранному.

Information about the authors

Liping Yu — Postgraduate student at the Department of Russian as a Foreign Language and Methods of its Teaching.

Valentina L. Gavrilova — Candidate of Philological Sciences, Professor of the Department of Intensive Teaching of Russian as a Foreign Language.

Статья поступила в редакцию 11.12.2023; одобрена после рецензирования 05.06.2024; принята к публикации 24.09.2024.

The article was submitted 11.12.2023; approved after reviewing 05.06.2024; accepted for publication 24.09.2024.

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.

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ, ЛИНГВОКОНЦЕПТОЛОГИЯ, ТЕОРИЯ ПРЕЦЕДЕНТНОСТИ
LINGUOCULTUROLOGY, LINGUOCONCEPTOLOGY, PRECEDENT THEORY

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 115–123.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):115-123.

Научная статья

УДК 81’42

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-115-123

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ЭВФЕМИЗМЫ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Гузель Агзамовна Вильданова

Казанский инновационный университет, Казань, Россия, guzelec@gmail.com, 0000-0002-4423-5341

Аннотация. В статье исследуется эвфемистический потенциал прецедентных единиц в англоязычной культурной традиции. Актуальность настоящего исследования определяется недостаточностью исследований интертекстуальных включений с эвфемистической функцией, что обусловлено как трудоёмкостью в выявлении прецедентных феноменов, так и подвижностью границ прецедентного эвфемистического словаря, утратой актуальности аллюзивных эвфемизмов. Автор анализирует прецедентно маркированные эвфемистические единицы разных исторических эпох и современности и представляет лексико-семантические группы, насыщенные прецедентными феноменами в английском языке. Материалом исследования послужили прецедентно маркированные эвфемистические единицы, полученные методом сплошной выборки из англоязычных словарей эвфемизмов и в результате анализа современного дискурса англоязычных средств массовой информации. Рассматривается продуктивность различных видов прецедентных единиц и устанавливается высокая эффективность эвфемизации посредством прецедентных имен собственных, в частности топонимов и персоналий. Наряду с традиционными прецедентными единицами эвфемистического содержания, изучается специфика функционирования эвфемизмов, представленных выражениями рифмованного сленга. На основе анализа полученного эмпирического материала выявлены темы, традиционно табуируемые и эвфемизируемые при помощи прецедентных единиц разного уровня, а именно: нарушенные умственные и физические состояния, заболевания, возраст, половые отношения, нравственные пороки, преступления и физиологические отправления. Обнаружено что политическая сфера является скорее источником, чем объектом прецедентной эвфемизации; имена известных политических деятелей и знаковые события становятся продуктивной основой для генерации эвфемизмов, апеллирующих к фоновым знаниям. Исследование выявляет характеристики прецедентных эвфемизмов: идеоэтничность, социокультурная обусловленность, скорая контаминация. Изученный эмпирический материал наглядно показывает, что прецедентные феномены успешно реализуют эвфемистическую функцию практически во всех сферах человеческой деятельности и востребованы на протяжении всей истории развития англоязычной культуры. Прецедентно обусловленная эвфемистическая лексика рассматривается как национально специфичный нарратив — источник информации о важных исторических событиях, образе жизни, ценностных установках и традициях народа; изучение прецедентных эвфемистических единиц выявляет специфику трансформации аксиологической составляющей культурной матрицы.

Ключевые слова: аллюзия, интертекстуальность, прецедентность, прецедентная единица, рифмованный сленг, эвфемизм

Для цитирования: Вильданова Г. А. Прецедентные эвфемизмы в английском языке // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 115–123. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-115-123.

© Вильданова Г. А., 2024

Original article

PRECEDENT EUPHEMISMS IN THE ENGLISH LANGUAGE

Guzel A. Vildanova

Kazan Innovative University, Kazan, Russia, guzelec@gmail.com, 0000-0002-4423-5341

Abstract. The article examines euphemistic potential of precedent units in the English-speaking cultural tradition. The topicality is determined by scarcity of intertextual euphemisms research due to difficulty of identifying precedent phenomena, instability of the precedent euphemistic vocabulary boundaries and rapid loss of allusive euphemisms relevance. The author analyzes the English precedent-marked euphemistic units of various historical periods and presents lexical-semantic groups that abound in precedent phenomena. The sources of the examples, i.e., precedent marked euphemistic units, for further study and analysis included the English dictionaries of euphemisms and modern English-language mass media discourse. The paper considers precedent units types productivity and precedent proper names euphemisation potency, in particular toponyms and personalities. Besides the so-called traditional precedent units of euphemistic character, the author turns to the peculiarities of the onomastic rhyming slang functioning as euphemisms. On the basis of the euphemistic examples analysis undertaken the following commonly socially tabooed and euphemized topics were revealed: impaired mental and physical conditions, diseases, age, sexual relations, moral vices, crimes and physiological functions. It has been established that the political sphere is a prolific source of precedent euphemization; famous politicians' names and significant events become a significant basis for generation of euphemisms appealing to background knowledge. The study reveals the main characteristics of precedent euphemisms: national and sociocultural markedness, rapid contamination. The empirical material under study clearly shows that precedent phenomena successfully implement a euphemistic function in almost all spheres of human activity and function throughout the history of the English-speaking culture development. Precedent based euphemistic vocabulary presents a nationally specific narrative – a source of information about important historical events, lifestyle, values and traditions of the people; study of precedent euphemistic units reveals transformation peculiarities of the cultural matrix axiological component.

Keywords: allusion, intertext, precedence, precedent unit, rhyming slang, euphemism

For citation: Vildanova GA. Precedent euphemisms in the English language. *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;(8(490):115-123. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-115-123.

Введение

Прецедентные феномены являются одним из наиболее действенных и распространенных приемов эвфемизации. Опора на предшествующую ситуацию и отсылка к общему знанию лежат в основе порождения эвфемизмов с незапамятных времен, прецедентность «встроена» в механизм эвфемизации и эффективно способствует достижению цели эвфемистического переноса — необходимости высказаться и в то же время умолчать о нежелательной сути явления. По своей сути, первоначальный эвфемизм — это и есть прецедент, в основу которого заложено опосредованное опытным путем магическое воздействие слова по закону смежности, сходства или контраста.

Представляется любопытным тот факт, что, несмотря на распространённость прецедентности как основы возникновения непрямой смягчающей номинации, обнаруживается недостаточность исследований эвфемистического потенциала интертекстуальных включений. Думается, что подобное упущение объясняется нижеследующими факторами и свойствами прецедентных эвфемизмов: во-первых, очевидна их яркая идеоэтничность и социокультурная обусловленность и, как следствие, расшифровка лингвокультурных знаков требует глубоких фоновых знаний, погруженности в данную культуру и владения её современными реалиями; во-вторых, широко известна «изнашиваемость» подобных эвфемизмов, то есть их скорая контаминация и утрата эвфемистического значения вместе с потерей актуальности прецедентного явления. Наконец, обнаруживается трудность сбора и анализа эмпирического материала в связи с неформальным или окказиональным характером многих прецедентных эвфемистических единиц, обнаруживаемых в различных видах дискурса, и устаревшим или книжным свойством эвфемизмов-аллюзий, зафиксированных в авторитетных словарях. Тем не менее прецедентные эвфемизмы представляют большой интерес именно в силу вышеупомянутых их особенностей, так как изучение лингвокогнитивных знаков «вскрывает» специфику трансформации культурной матрицы — системы «норм, установлений и способов порождения культурных смыслов в коммуникативной практике» [8, с. 4].

Методология исследования

Целью данной работы является выявление специфики образования и функционирования прецедентных эвфемизмов в английском языке. Научная новизна исследования заключается в обращении к малоизученной сфере эвфемизации и выявлении явлений значимых для современной англоязычной культуры. В рамках данной работы нас будут интересовать следующие вопросы:

1. Как культура и история отражаются в англоязычных эвфемизмах: какого рода события и персоналии значимы для современной англоязычной культуры и обретают статус интертекста в эвфемистическом нарративе?

2. Что характерно для прецедентных эвфемизмов современности и минувших исторических эпох?

3. Какие сферы эвфемизации наиболее насыщены прецедентными феноменами?

4. Имеют ли место закономерности и/или национально специфические особенности в формировании прецедентными единицами эвфемистических смыслов?

Эмпирическим материалом исследования послужили прецедентно маркированные эвфемистические единицы, полученные методом сплошной выборки из словарей эвфемизмов (Р. Кейес, Дж. Ниман и К. Сильвер, Р. Холдер и др.) и в результате анализа современного дискурса англоязычных СМИ. Следует отметить, что данное исследование продолжает серию наших работ, посвящённых актуальным аспектам эвфемизации в современном речеупотреблении [1, 2, 3, 4].

Результаты и обсуждение

Термин «прецедентность» определяется как «процесс отражения в тексте культурной национальной традиции в оценке и восприятии исторических событий, мифологии, памятников искусства, литературы, произведений устного народного творчества» [10, с. 35]. Прецедентность материализуется в виде различных прецедентных феноменов: прецедентных текстов, прецедентных высказываний, прецедентных ситуаций и прецедентных имен [11, с. 64–65]. Н. И. Степанова вводит понятие «прецедентной единицы» — стереотипного образно-ассоциативного комплекса, значимого для определённого социума и регулярно актуализирующегося в речи его представителей [14]. Значимость и степень узнаваемости прецедентной единицы вариативна и, соответственно, выделяются социумно-прецедентные, национально-прецедентные и универсально-прецедентные единицы [13, с. 174].

Одной из важных функций прецедентности выступает эвфемистическая функция: выражение информации прецедентным именем помогает смягчить высказывание, сделать его менее резким, менее конкретным и менее агрессивным способом [12, с. 144]. М. Л. Ковшова отмечает, что прецедентным текстом-эвфемизмом становится тот, который изначально выполняет функцию смягчения, при этом первоначальный текст может быть преобразован. Исследователь объясняет популярность прецедентной эвфемизации «сгущенным смыслом», позволяющим откликаться на актуальный момент в жизни общества наиболее точно, ёмко и образно, а читателю соотносить с содержанием того или иного явления [9, с. 250–255]. Полагаем, что прецедентное явление в роли эвфемизма позволяет «апеллировать к «культурной памяти» реципиента, актуализирует значимую для говорящего фоновую информацию, максимально вуалирует негативное понятие. Сама природа эвфемизма, его косвенность и двусмысленность, побуждают к использованию аллюзий и созданию контекстов, богатых на ассоциации, прецедентных текстов и имен» [4, с. 125].

С точки зрения способа образования прецедентного эвфемизма наблюдается метонимический перенос, так как прецедентная единица, смягчающая негативное понятие, является аллюзией — тропом, содержащим отсылку на общеизвестный факт, литературный или исторический сюжет, или является её разновидностью — антономазией, ономастической аллюзией на зачастую печально знаменитого персонажа. Собственно эвфемистические единицы, образованные в результате подобного переосмысления, и находятся в фокусе нашего исследования. Однако, наряду с «традиционными» прецедентными единицами эвфемистического содержания, наше внимание привлекли эвфемизмы, представленные выражениями рифмованного сленга. Заметим, что как эвфемистический потенциал, так и представленность известных онимов в данной колоритной лексике диалекта кокни получили обширное освещение в работах Ю. В. Горшунова [5, 6, 7, 15]. В тоже время, осознавая приоритетность рифмы в образовании и эффективном функционировании рифмованных сленгизмов, мы сочли целесообразным сосредоточиться только на тех единицах рифмованного сленга, в которых прецедентные имена тесно связаны с содержанием табуируемого понятия.

Обратимся к собранному иллюстративному материалу, который демонстрирует неоднородность

прецедентно эвфемистического словаря в аспекте его стилистической окраски и хронологии. Опираясь на разнообразные лексико-семантические классификации эвфемизмов [1, 2], были выявлены следующие темы, насыщенные прецедентными феноменами разного уровня:

– Традиционно табуируемой и интенсивно эвфемизируемой сферой являются **отношения между полами**. Заметим, что креатив и юмор часто выступают активной составляющей лексических единиц данной группы, и историческая подоплека выступает немаловажной основой для эффективной эвфемизации. Словари эвфемизмов содержат разнообразные прецедентные единицы, отсылающие к персонажам классической литературы и Библии, например, «Don Juan» (Дон Жуан — персонаж Дж. Г. Байрона, известный любовными похождениями, «плейбой» «ходок»), «Molly» (Молли — женщина с «низкой социальной ответственностью», героиня произведения Д. Дефо «Молль Фландерс»), «Jezebel» (Иезавель — развратная женщина, иудейская царица, известная порочностью и властолюбием, упоминаемая в Библии) и т. п. Любопытными представляются эвфемизмы, описывающие любовные похождения с опорой на современные реалии, например, «discussing Uganda» (обсуждение политической ситуации в Уганде) — аллюзия на интервью, в котором журналистка Мэри Кенни завуалировано описала личные взаимоотношения с одним из угандийских политиков или «hiking the Appalachian trail» (поход по Аппалачской тропе) — отсылка к любовным похождениям губернатора Южной Каролины, который своё длительное отсутствие на работе объяснял туристическими вылазками в Аппалачи. Следует упомянуть и печально известный скандал, положивший конец карьере американского президента Билла Клинтона, в результате которого появились многочисленные эвфемизмы с именем Моники Левински для описания интимных отношений: «a Monica Lewinsky», «go Lewinsky», «Lewinsky loving» и т. п.

Можно вполне обоснованно утверждать, что привязка к топонимии, отсылка к особенностям местности или ситуации, связанной с данной локацией, становится благодатной почвой для прецедентной эвфемизации понятия «внебрачная связь», традиционно табуируемого в ранее патриархальной британской культуре. Таким образом «to be married at Finglesham church (пожениться в Финглсхемской церкви) означало «тайную связь», так как в Финглсхеме не было церкви, и влюбленные встречались в меловом карьере. Помимо этого, некоторые лондонские топонимы, в частности, названия улиц, содержали косвенное указание на их «профессиональную специфику». Например, район Ковент Гарден и, в частности, улица Друри Лейн были известны домами терпимости и большой численностью женщин «древнейшей профессии» — «Covent Garden, Drury Lane goddesses» (богини Ковент Гарден и Друри Лейн). Также в поисках любовных утех можно было «отправиться за женой к собору Святого Павла» («go to Paul's for a wife»), так как его окрестности тоже были печально известны как «вместилище порока». Совершенно очевидно, что данная тема стабильно высоко табуируема в общественном сознании и постоянно пополняется новыми эвфемистическими единицами, как универсально-прецедентного, так и национально-прецедентного характера.

– **Умственные и физические состояния: заболевания и смерть.** Данная категория включает разнообразную эвфемистическую лексику, связанную со страхом смерти, например, косвенные наименования болезней и состояний, несущих угрозу для жизнедеятельности человека. Как правило, анализ эвфемистических единиц данной группы демонстрирует наличие многочисленных ономастических наименований болезней. И в этом случае возникает закономерный вопрос: можно ли считать подобные названия болезней прецедентными? Известно, что имя собственное в обозначении заболевания — это, чаще всего, имя её исследователя (иногда первого пациента) и подобный медицинский термин является социумно-прецедентным феноменом, содержит отсылку на учёного, известного преимущественно в медицинской среде. В тоже время, можно уверенно утверждать, что привязка к имени в наименовании болезни делает и самого врача/пациента всемирно известным, к примеру, многим знакомы такие заболевания как синдромы Туретта, Аспергера, болезни Альцгеймера, Паркинсона, Лу Герига, дальтонизм и т. п.

Думается, что изучение «именных» болезней больше относится к сфере медицинского терминообразования и, исходя из этого, мы сочли уместным обратиться к примерам более иллюстративным на предмет отражения в них знаменитых исторических событий и личностей. В этой связи заслуживают внимания такие общеизвестные эвфемистические названия болезней как «Saint Vitus›s dance» («пляска Святого Витта» — хорея Гентингтона, которая в средневековье

связывалась с эпилепсией и получила имя святого-покровителя различных неврологических состояний); «hopping-Giles» (хромой человек, отсылка к личности Святого Эгидия, который являлся покровителем калек); «Alice in Wonderland syndrome» («синдром Алисы в стране чудес» — название содержит аллюзию на одноимённое произведение Л. Кэрролла и проявляется в нарушении визуального восприятия человеком своего тела или отдельных его частей); «Montezuma revenge» («месть Монтесумы» (императора ацтеков) — шутливое название диареи, часто возникающей у туристов в Мексике) и др.

Не менее любопытны эвфемизмы для обозначения смерти, которые содержат аллюзии на различные легенды и сказания. В качестве примера можно привести выражение «Davy Jones locker» («рундук Дейви Джонса»): мифический персонаж Дейви Джонс является олицетворением смерти в море, злым морским духом, дьяволом, и его упоминание ассоциируется с пиратами и печальной судьбой, например подразумевает могилу моряка.

Здесь также стоит упомянуть популярность географически и национально маркированных обозначений болезней, начиная со средневековья до наших дней: «Spanish pox» («испанская ветрянка» — сифилис), Bali Belly («балийский живот» — дизентерия), «Kung-Flu virus» («вирус Кунг Флю» — наименование коронавируса, придуманное Д. Трампом и содержащее отсылку к китайскому боевому искусству кунг-фу, намёк на происхождение вируса). Позволим себе заметить, что подобные эвфемизмы инсинуируют вину за возникновение и распространение заболевания, содержат актуальные негативные национальные стереотипы и оценки.

Следует отметить тот факт, что некоторые заболевания сопряжены с возрастными изменениями. Возраст — достаточно щепетильная, но и актуальная тема: в настоящее время критике подвергается расцвет геронтократии в США, очевиден возрастной кризис в политической системе, который активно освещается в массовой культуре и находит отражение в эвфемизмах — индивидуальных именах политиков. В частности, выражение «McConnelling» («макконеллить» — отключаться, зависать), связано со скандально известным поведением Митча МакКоннелла, 82-летнего лидера республиканцев в Сенате, который, возможно в связи с обусловленным возрастом снижением когнитивных функций, внезапно застывает, впадает в прострацию и замолкает во время интервью в прямом эфире. В целом, по нашему глубокому убеждению, тема здоровья остается щепетильной для упоминания, и её прецедентная эвфемизация зачастую носит юмористический характер.

– **Пороки и преступления**, как правило, эвфемизируются в силу религиозной и общекультурной традиции, содержат множество отсылок к известным литературным персонажам и сюжетам. Дж. Ниман и К. Сильвер относят подобные эвфемизмы в группу «смертных грехов и человеческих слабостей» и классифицируют их согласно библейским заповедям. Среди них мы обнаруживаем прецедентные единицы для обозначения: *жадности* («Mammonism» — «маммонизм», стяжательство это отсылка к Новому Завету; «Scroodge» — «Скрудж», широко известный скряга из произведения Ч. Диккенса), *зависти* («to have a long nose» — отсылка к Пиноккио, который в британской культуре ассоциируется не только с лживостью, но и с завистливостью), *чревоугодия* и *алкоголизма* («Epicure» — последователь философии Эпикура, любитель вкусно поесть; John Barleycorn — «Джон Ячменное зерно», олицетворение которое Р. Бернс использует в стихотворении «Тэм О'Шентер» для обозначения алкоголя; «Nelson's blood» — «кровь Нельсона», ром, в который согласно легенде погрузили тело адмирала Нельсона после его гибели для последующей транспортировки в Англию), *гордыни* и *высокомерия* («Dandy» — напыщенный и высокомерный человек, соответствующий образу английского дэнди, социально-культурного типа общества XIX в.), *лени* («Oblomovism» — «обломовщина», аллюзия на бездельника — персонажа произведения И. А. Гончарова; «Ten o'clock scholar» — лентяй, который поздно приходит на учёбу, содержит ссылку на стихотворение из собрания детских «Стихов Матушки Гусыни»), *гнева* («to get one's Irish up» — «пробудить в себе ирландца», намёк на стереотип о вспыльчивости ирланцев), *тщеславия* и *ханжества* («Pecksniffery» — ханжа и лицемер, аллюзия на персонаж произведения Ч. Диккенса) и др. В словаре эвфемизмов *беспринципный* и *трусливый* человек описывается как «vicar of Bray» («викарий Брейя»), который стал «притчей во языцех» в XVI в. и упоминается до сих пор, так как легко переходил из одной религии в другую, был то католиком, то протестантом, в зависимости от религии правившего монарха.

Важно отметить, что выделенные нами в авторитетных словарях прецедентные эвфемизмы

имеют книжный и порой устаревший характер, не всегда учитывают реалии и вызовы настоящего времени, такие как, к примеру *наркомания* и *приём запрещённых веществ*, которые актуализируются при упоминании современных печально известных политических деятелей и медийных персон. Например, многочисленные скандалы вокруг имени Хантера Байдена, сына 46-го президента США, не прошли без последствий для его репутации, и сейчас выражение «to Hunter Biden» используется как глагол-конверсив для описания злоупотребления наркотическими средствами, а сам «персонаж» является олицетворением развращённости и халатности. Неоднозначным остаётся отношение к известному американскому футболисту О. Джей Симпсону, которого до сих пор подозревают в убийстве жены, и имя которого стало синонимом безнаказанности за совершённое жестокое преступление («O. J. Simpsoned»).

Наименования наркотических веществ табуируются и тщательно зашифровываются в современной массовой культуре, в частности, песня Битлз под названием «Lucy in the sky with Diamonds» («Люси в небесах с алмазами») навевает ассоциации с препаратами «расширяющими сознание» и в дальнейшем выражение используется как эвфемизм для галлюциногенного наркотика. Отношение к американскому президенту Никсону получило отражение в эпониме «a nixon» для обозначения низкосортного наркотика, продаваемого как высококачественный.

Состояние опьянения и наркотической интоксикации представлено эвфемизмами рифмованного сленга: в рифму жаргонизму «stoned» («под действием наркотиков / пьяный в стельку») возникает «Al Caponed» («накапонился», по имени известного американского гангстера-бутлеггера времен «сухого закона»); «hash» («гашиш») — jack flash (прослеживается отсылка к песне «Jumping Jack Flash» из репертуара группы Rolling Stones) и т. п. [6].

Помимо этого, примером прецедентного эвфемизма данной группы является использование Биллом Клинтоном (и позднее Бараком Обамой) выражения «I didn't inhale» («я не вдыхал»), подразумевая, что они в молодости курили марихуану не всерьёз. Эффект высказывания был прямо противоположным — выражение «to inhale» стало означать именно употребление каннабиса и пошло в народ. Можно вполне обоснованно утверждать, что прецедентность актуальна для эвфемизации порицаемых обществом сторон человеческой натуры, при этом часто используется антономазия, происходит переход имени собственного в нарицательное, создается аллюзия на персоналию хорошо известную благодаря определённым поступкам и привычкам.

– Далее обратимся к теме стабильно строго табуируемой, но, как показывает анализ примеров, мало представленной прецедентными феноменами — **физиологические отправления**. Думается, высокий уровень табу и скорая контаминация терминов требуют выбора максимально завуалированных, неопределённых выражений для эвфемизации явления. Словарь эвфемизмов Дж. Ниман и К. Сильвер обстоятельно описывает историю развития «физиологического словника», насыщенного яркими метафорическими оборотами, но быстро утратившими мелиоративную функцию и оцениваемыми как дисфемизмы на данный момент. Естественно, что редкие прецедентные эвфемизмы данной группы недолговечны, национально-специфичны, построены на аллюзии к личностям, «вошедшим в историю» благодаря отвратительным поступкам. К примеру, Р. Кейес приводит выражение времен Второй мировой войны «I am going to call Hitler» («Я должен позвонить Гитлеру», то есть сходить в туалет). В настоящее время актуален рифмованный сленгизм «do an Amber Heard» для обозначения процесса дефекации, который отсылает нас к судебному процессу по делу о диффамации актера Д. Деппа 2022 г., где вскрылись нелицеприятные поступки его бывшей жены Эмбер Херд. Очевидно, что данный эвфемизм обречён и довольно скоро уйдёт в небытие так же, как и карьера опозоренной голливудской актрисы.

– Особый аспект исследования прецедентных эвфемизмов — **политический**, цель которых максимально завуалировать понятия, скрыть действительное содержание политических действий, манипулировать мнением и успокоить аудиторию. Соответственно, аллюзии не являются основным источником эвфемизации, но те эвфемизмы, которые имеют прецедент в своей основе, становятся своеобразными памятниками и свидетелями мировой истории. Приведём примеры подобных эвфемистических единиц: «find Cook County» («подтасовка результатов выборов»: внезапно всплывшие в ходе подсчёта голоса округа Кук помогли Дж. Кеннеди победить Никсона), «Manchurian candidate» («маньчжурский кандидат» — человек, который находится под иностранным влиянием и вредит своей стране — отсылка к книге Р. Кондона), «Mr. Clean» (поли-

тик ведущий честную игру на выборах, аллюзия на название чистящего средства и одетого в белоснежную одежду героя рекламы), «red tape» («бюрократия» — в средневековье государственную корреспонденцию подвязывали красной лентой), «Rose garden strategy» («стратегия розария» — аллюзия на ситуацию, когда во время Иранского кризиса с заложниками президента Картера обвинили в том, что он «окопался» в розовом саду Белого дома и игнорирует внутренние дела США), «vicuna coat» («вигоневое пальто» — взятка политическому деятелю, аллюзия на взятку Ш. Адамсу, главе администрации президента Эйзенхауэра, которая разрушила его репутацию и карьеру) и др.

Особого комментария заслуживает история возникновения выражения «Let's go Brandon!» («Вперед, Брендон!») которая стала означать оскорбление в адрес президента США Джо Байдена в результате ошибки репортёра, который принял протестующих против политики Байдена за футбольных болельщиков и неверно интерпретировал скандируемую ими фразу («F… Joe Biden!»). В результате республиканцы получили возможность произносить и наносить на одежду невинную фразу «Let's go Brandon!» и, одновременно, высказать своё отношение к политике президента.

В целом, отобранный нами материал наглядно показывает, что прецедентные феномены успешно осуществляют эвфемистическую функцию практически во всех сферах человеческой деятельности и востребованы на протяжении всей истории человечества. К сожалению, не представляется возможным охватить все аспекты прецедентной эвфемизации в рамках одной публикации. Мы позволили себе осветить лишь некоторые из них в надежде дать общее представление об эвфемистическом потенциале прецедентных единиц в англоязычной культурной традиции.

Заключение

На основе вышесказанного можно сделать следующие выводы:

1. Пласт прецедентно обусловленной эвфемистической лексики представляет собой своеобразную летопись исторических событий, образа жизни и традиций народа. Это одна из наиболее колоритных, информативных, аксиологически и национально маркированных составляющих эвфемистического словаря, в которой запечатлевается культурный код нации.

2. Англоязычные эвфемизмы содержат социумно-прецедентные, национально-прецедентные и универсально-прецедентные единицы, при этом для большинства из них характерно наличие отрицательной оценки событий и персоналий изначально, другие претерпевают переосмысление в сторону ухудшения денотата под влиянием актуальных моральных установок.

3. Сохраняется преемственность прошлых и современных лексико-семантических групп прецедентных эвфемизмов: обнаружены темы, неизменно насыщенные прецедентными феноменами, и понятия, эффективная семантическая редукция которых требует использования других средств эвфемизации, в частности, отвлечённых и абстрактных лексических единиц.

4. Можно констатировать, что в англоязычной культуре продуктивными основаниями для эвфемизации выступают имена собственные (топонимы и персоналии), они продолжительное время сохраняют связь с прецедентом, в то время как событийные прецеденты могут утрачивать ассоциации и быстро выходить из употребления. Любопытно, что юмор активно способствует и сопутствует действенной прецедентной эвфемизации.

Подводя итог, хотелось бы отметить, что прецедентные единицы создают уникальный эвфемистический нарратив, представляющий актуальные элементы социально-культурного опыта и ценностных ориентиров нации.

Список источников

1. Вильданова Г. А. Эвфемизм как средство реализации гендерной вежливости в современном английском языке // Вестник Башкирского университета. 2008. Т. 13, № 4, с. 1032–1035.

2. Вильданова Г. А. Эвфемия и принцип вежливости в современном английском языке: гендерный аспект: монография. Бирск: Бирская гос. социально-пед. акад., 2011. 157 с.

3. Вильданова Г. А. Национально-культурная специфика непрямого высказывания (на примере американского варианта английского языка) // Вестник ТГПУ. 2017. № 11 (188). С. 85–89.

4. Вильданова Г. А. Прецедентные феномены в эвфемизмах // Многоуровневая языковая подготовка в условиях поликультурного общества: Материалы VI междунар. научно-практ. конф. Казань: КазГИК, 2019. С. 125–127.

5. Горшунов Ю. В. Античные, библейские, мифологические и легендарные исторические личности и события в рифмованном сленге // Вестник БашГУ. 2017. № 4. С. 1047–1051.

6. Горшунов Ю. В., Горшунова Е. Ю. Рифмованный сленг как средство маскировки алкогольной и наркотической зависимости // Вестник МГИМО Университета. 2013. № 1 (28). С. 212–217.

7. Горшунов Ю. В. Эвфемизмы социально осуждаемых и наказуемых пороков в рифмованном сленге // Социально-гуманитарные знания. 2023. № 2. С. 10–14.

8. Карасик В. И. Языковая матрица культуры. Москва : Гнозис, 2013. 320 с.

9. Ковшова М. Л. Семантика и прагматика эвфемизмов. Москва : Гнозис, 2007. 320 с.

10. Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М. : ИТДГК, 2003. 375 с.

11. Красных В. В., Гудков Д. Б., Захаренко И. В., Багаева Д. В. Когнитивная база и прецедентные феномены // Вестник МГУ. Сер. 9. 1997. № 3. С. 62–74.

12. Нахимова Е. А. Прецедентные имена в массовой коммуникации. Екатеринбург: УрГПУ. 2007. 207 с.

13. Немирова Н. В. Лексикографические аспекты прецедентности // Вестник Сыктывкарского университета. Серия гум. наук. 2022. № 3 (23), С. 35–47.

14. Степанова Н. И. Интертекстуальность в текстах культуры // Преподаватель XXI. 2012. № 3. С. 360–363.

15. Степанян К. А., Горшунов Ю. В., Горшунова Е. Ю. Американские президенты и политические деятели в рифмованном сленге // Филологические науки в МГИМО. 2021. Т. 7, № 2 (26). С. 79–86.

References

1. Vil'danova GA. Evfemizm kak sredstvo realizacii gendernoj vezhlivosti v sovremennom anglijskom yazyke = Euphemism as means gender politeness in modern English. *Vestnik Bashkirskogo universiteta = The Bashkir State university Herald.* 2008;13(4):1032-1035. (In Russ.).

2. Vil'danova GA. Evfemiya i princip vezhlivosti v sovremennom anglijskom yazyke: gendernyj aspekt: monografiya = Euphemy and politeness in modern English: gender aspect: monograph. Birsk: Birsk state social pedagogical academy; 2011. 157 p. (In Russ.).

3. Vil'danova GA. Nacionalno-kulturnaya specifika nepryamogo vyskazyvaniya (na primere amerikanskogo varianta anglijskogo yazyka) = National and cultural specificity of indirect statement (based on American English). *Vestnik TGPU = Tomsk State Pedagogical University Bulletin.* 2017;(11(188):85-89. (In Russ.).

4. Vil'danova GA. Precedentnye fenomeny v evfemizmah = Precedent phenomena in euphemisation. Mnogourovnevaya yazykovaya podgotovka v usloviyah polikulturnogo obshchestva = Multilevel linguistic learning in multicultural society. Kazan: Kazan State Institute of Culture; 2019. S. 125-127. (In Russ.).

5. Gorshunov YuV. Antichnye, biblejskie, mifologicheskie i legendarnye istoricheskie lichnosti i sobytiya v rifmovannom slenge = Biblical, mythological and legendary historical figures and events of the antique times in rhyming slang. *Vestnik BashGU = The Bashkir State University Herald.* 2017;(4):1047-1051. (In Russ.).

6. Gorshunov YuV., Gorshunova EYu. Rifmovannyj sleng kak sredstvo maskirovki alkogolnoj i narkoticheskoj zavisimosti = Rhyming slang as means of alcohol and drug addiction disguise. *Vestnik MGIMO Universiteta = MGIMO University Herald.* 2013;(1(28):212-217. (In Russ.).

7. Gorshunov YuV. Evfemizmy socialno osuzhdaemyh i nakazuemyh porokov v rifmovannom slenge = Euphemisms for socially disapproved and obnoxious habits in rhyming slang. *Socialno-gumanitarnye znaniya = Social and humanitarian knowledge.* 2023;(2):10-14. (In Russ.).

8. Karasik VI. Yazykovaya matrica kul'tury = Language matrix of culture. Moscow: Gnozis; 2013. 320 p. (In Russ.).

9. Kovshova ML. Semantika i pragmatika evfemizmov = Euphemisms semantics and pragmatics. Moscow: Gnozis; 2007. 320 p. (In Russ.).

10. Krasnyh VV. «Svoj» sredi «chuzhih»: mif ili real'nost'? = Embraced by strangers: myth or reality? Moscow: ITDGK; 2003. 375 p. (In Russ.).

11. Krasnyh VV, Gudkov DB, Zaharenko IV, Bagaeva DV. Kognitivnaya baza i precedentnye fenomeny = Cognitive base and precedent phenomena. *Vestnik MGU= Moscow State University Herald. Ser. 9.* 1997;(3):62-74. (In Russ.).

12. Nahimova EA. Precedentnye imena v massovoj kommunikacii = Precedent names in mass communication. Ekaterinburg: UrSPU; 2007. 207 p. (In Russ.).

13. Nemirova NV. Leksikograficheskie aspekty precedentnosti = Lexicigraphic aspets of precendence. *Vestnik Syktyvkarskogo universiteta = Syktyvkar University Herald.* 2022.;(3(23):35-47. (In Russ.).

14. Stepanova NI. Intertekstualnost v tekstah kultury = Intertextuality in cultural texts. *Prepodavatel XXI = Teacher of XXI.* 2012;(3):360-363. (In Russ.).

15. Stepanyan KA., Gorshunov YuV., Gorshunova EYu. Amerikanskie prezidenty i politicheskie deyateli v rifmovannom slenge = American presidents and politicians in rhyming slang. *Filologicheskie nauki v MGIMO = Philological sciences in MGIMO.* 2021;7(2(26):79-86. (In Russ.).

Информация об авторе

Г. А. Вильданова — кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой иностранных языков и перевода.

Information about the author

Guzel A. Vildanova — Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Foreign Languages and Translation Studies.

Статья поступила в редакцию 03.06.2024; одобрена после рецензирования 10.09.2024; принята к публикации 24.09.2024.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The article was submitted 03.06.2024; approved after reviewing 10.09.2024; accepted for publication 24.09.2024.

The author declares no conflicts of interests.

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 124–133.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):124-133.

Научная статья

УДК 81›42:81›27

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-124-133

ДИАЛЕКТИКА РУССКОЙ ТОСКИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО АНАЛИЗА

Александр Михайлович Погорелко[1]✉**, Татьяна Николаевна Герасина**[2]

[1]Уфимский университет науки и технологий, г. Уфа, Россия, Pogorelkoam@rambler.ru.

[2]Уфимский университет науки и технологий, г. Уфа, Россия, magnolia-avenue@rambler.ru.

Аннотация. Статья посвящена изучению культуроспецифичных смысловых ассоциаций концепта тоски. Данный концепт был выбран как показательный пример яркой культурной специфичности абстрактного понятия, характеризующего психологическую сферу человека в системе фоновых знаний русской культуры. Статья продолжает лингвокультурологическую традицию рассматривать концепт тоски как одну из ключевых особенностей русского языкового сознания. В качестве метода выявления элементов культурного содержания был применён анализ комбинаторных возможностей слова «тоска» по нескольким выборкам устойчивой сочетаемости из национального корпуса русского языка. Целью анализа было показать, что зафиксированная в лексикографических источниках структура значения получает верификацию и дополнение со стороны ассоциативной составляющей концепта тоски. Кроме того, в качестве рабочей гипотезы принималось, что устойчивая лексическая сочетаемость даёт возможность выявить когнитивные признаки концепта, не выводимые из одной лишь семантики словарной дефиниции. Результаты семантического анализа наиболее частотных коллокаций рассматриваются авторами как объективированный набор культуроспецифичных смысловых компонентов концепта тоски. В выводах приводится соответствующий ряд актуализируемых устойчивой сочетаемостью слова культуроспецифичных признаков. Особо выделены те характеристики смыслового наполнения концепта тоски, которые отражают психологический механизм, посредством которого русская языковая культура оформляет и закрепляет определённую модель когнитивного восприятия и соответствующий этому восприятию тип психологической реакции.

Ключевые слова: тоска, концепт, концептуальный анализ, корпус русского языка

Для цитирования: Погорелко А. М., Герасина Т. Н. Диалектика русской тоски с точки зрения концептуального анализа // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 124–133. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-124-133.

Original article

DIALECTICS OF THE RUSSIAN NOTION “TOSKA” THROUGH CONCEPTUAL ANALYSIS

Alexandr M. Pogorelko[1]✉**, Tatyana N. Gerasina**[2]

[1]Ufa University of Science and Technology, Ufa, Russia, Pogorelkoam@rambler.ru

[2]Ufa University of Science and Technology, Ufa, Russia, magnolia-avenue@rambler.ru

Abstract. The article deals with the study of culturally specific associations of the Russian concept “toska”. This concept was chosen as a vivid example of cultural specificity related to an abstract notion that reflects the psychological characteristics incorporated into background knowledge of Russian culture. Our investigation follows the traditional interpretation of the concept “toska” as one of the fundamental attributes of Russian cultural psychology. The research is realized through the collocation analysis of frequencies of word combinations statistically processed in the National Corpus of the Russian Language. Our task was to demonstrate that the lexicographic semantic structure of the corresponding word can be verified and supplemented via the associative field of the concept. We also proceeded from the assumption that regular lexical collocability can reveal properties which are not only inferred from the lexical definitions. The results of the analysis are interpreted as objective linguistic evidence for revealing a set of culturally unique semantic properties of the investigated concept. The conclusions summarize a

© Погорелко А. М., Герасина Т. Н., 2024

set of such culturally specific features arising from the collocation analysis. Among those we single out properties that constitute a psychological mechanism by means of which Russian language culture forms a model of cognitive perception alongside corresponding psychological type of reactivity.

Keywords: toska, concept, conceptual analysis, Corpus of the Russian Language

For citation: Pogorelko AM, Gerasina TN. Dialectics of the Russian notion "toska" through conceptual analysis. *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;(8(490):124-133. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-124-133.

Введение

Проблема выбора и теоретического оформления инструментов исследования является по-прежнему актуальной задачей лингвокультурологии. Поиск эффективных способов описания глубинной семантики, включающей элементы культурной специфичности, задействует целый ряд методов и концепций, объединяющих традиционную лексикологию с когнитологией и психолингвистикой.

Одной из базовых исследовательских задач лингвокультурологической науки служит реконструкция языковой картины мира. По словам А. Д. Шмелева, языковая картина мира формируется системой ключевых концептов и связывающих их инвариантных ключевых идей (в том смысле, что они дают «ключ» к её пониманию). Ключевые для русской языковой картины мира концепты заключены в таких словах как *душа, судьба, тоска, счастье, разлука, справедливость.* Сами эти слова, заключает исследователь, тоже поэтому могут быть названы ключевыми [13, с. 10].

В данной статье мы ставим перед собой цель рассмотрения культуроспецифичных свойств одного из таких ключевых концептов — концепта тоски. Мы собираемся показать, что смысловое содержание этого концепта, зафиксированное в дефинициях ключевого слова и получившее расширенное семантическое описание в работах целого ряда лингвистов, может получить дополнительную верификацию и возможность новых обобщений с помощью анализа комбинаторных возможностей этого слова в корпусах текстов.

Процедура анализа культурообусловленного содержания единиц языка, особенно в случае абстрактной лексики, представляет собой непростую лингвистическую задачу. Как показывает исследовательский опыт лингвокультурологии, выявление культурной информации не может быть достигнуто применением какой-то простой формализованной процедуры для любых разновидностей культуроспецифичных слов. Сложность определения культурных компонентов значения слова связана с тем, что культурная информация не проявляет тенденции к локализации в какой-то одной области его семантической структуры. Напротив, обобщение результатов анализа культурного содержания на примере любой достаточно большой группы слов покажет, что эта информация будет «рассеяна» в широких пределах по их семантическому объёму.

Метод концептуального анализа заимствован лингвокультурологией из когнитивной лингвистики. Основным постулатом когнитивной лингвистики является мысль о том, что концепт как ментальная единица может быть описан через анализ средств его языкового выражения. Кроме того, когнитивисты подчеркивают, что, с психолингвистической точки зрения, концепт тесно связан с ассоциативным пространством, понимаемым как поле имени, в котором он и проявляется [6, с. 267]. Совокупность языковых средств, вербализующих концепт в определённый период развития общества, получила в отечественной когнитологии обозначение *«номинативное поле концепта».* Номинативное поле отличается от традиционно выделяемых в лингвистике структурных группировок лексики (лексико-семантической группы, лексико-семантического (лексико-фразеологического) поля, синонимического ряда, ассоциативного поля) тем, что оно имеет комплексный характер, включая все вышеперечисленные типы группировок в свой состав [8].

В нашем анализе будет задействован лишь фрагмент такого номинативного поля. Мы ставим перед собой задачу определить круг центральных смысловых характеристик концепта тоски, поэтому будем делать выводы по ассоциативной комбинаторике непосредственно самого ключевого слова «тоска». Мы считаем, что комбинаторные возможности ключевого слова достаточно показательны для выявления ядра таких смысловых характеристик, которые стали бы получать дополнение и развитие в полной структуре номинативного поля (требующего расширенного анализа смысловых областей дериватов ключевого слова, его синонимов, окказиональных коннотаций интерпретативной части и т. д.).

Концепт тоски был выбран нами как показательный пример яркой культурной специфичности (или, как указывают некоторые исследователи, даже уникальности) абстрактного понятия, характеризующего психологическую сферу человека в системе фоновых знаний русской культуры. В лингвокультурологии своеобразие семантики тоски известно прежде всего в связи с убедительной глубиной описаний этого концепта в работах А. Вежбицкой, А. Д. Шмелева, А. А. Зализняк, И. Б. Левонтиной, Н. Д. Арутюновой и ряда других исследователей.

Так, по словам А. Д Шмелева, трудно даже объяснить человеку, незнакомому с тоской, что это такое. Словарные определения («тяжёлое, гнетущее чувство, душевная тревога», «гнетущая, томительная скука», «скука, уныние», «душевная тревога, соединённая с грустью; уныние») описывают душевные состояния, родственные тоске, но не тождественные ей. Исследователь делает вывод, что лучше всего для описания тоски подходят развёрнутые описания в форме, предложенной А. Вежбицкой как разновидность культурного сценария: *тоска — это то, что испытывает человек, который чего-то хочет, но не знает точно, чего именно, и знает только, что это недостижимо.* Отметим, что А. Вежбицкая считала понятие тоски одной из ключевых особенностей русского языкового сознания: «В русской культуре особенно важную роль играют русские слова «судьба», «душа» и «тоска» и что представление, которое они дают об этой культуре, поистине неоценимо» [3, с. 36].

На непереводимость русского слова «тоска» и национальную специфичность обозначаемого им душевного состояния обращали внимание многие иностранцы, изучавшие русский язык. А. Д Шмелев приводит в пример фрагмент письма известного поэта-модерниста XX в. Р.-М. Рильке, где тот с красочными грамматическими ошибками рассуждает об отличии тоски от состояния, обозначаемого немецким «Sehnsucht»: *«Я это не могу сказать по-немецки... это Sehnsucht? Нам надо глядеть в словарь, как переводить: “тоска”. Там разные слова можем найти, как, например: “боязнь”, “сердечная боль”, все вплоть до “скуки”. Но Вы будете соглашаться, если скажу, что, по-моему, ни одно из десяти слов не дает смысл именно “тоски”. И ведь это потому, что немец вовсе не тоскует, и его Sehnsucht вовсе не то, а совсем другое сентиментальное состояние души, из которого никогда не выйдет ничего хорошего. Но из русской тоски появились величайшие художники, богатыри и чудотворцы русской земли»* [14, с. 55].

Описания культурной специфичности семантики тоски требуют применения непротиворечивых процедур лингвистической верификации. В качестве средства выявления элементов глубинной семантики, выходящей за пределы словарного значения слова, лингвисты обращаются к анализу лексической и лексико-грамматической сочетаемости. Устойчивая сочетаемость с полнозначными словами выявляет связь слова с другими концептами и через эту связь раскрывает образный, ценностный, эмоционально-оценочный, ассоциативный элементы содержания единицы. Особая роль в функционировании национально-культурной семантики принадлежит метафоре. Как отмечает Н. Д. Арутюнова, метафора помогает обнаружить природу непредметных категорий, поэтому метафора сущностна: «Метафора выражает устойчивое подобие, раскрывающее сущность предмета, и в конечном счёте его постоянный признак. ... Спор о выборе метафоры — это спор об истинной сущности предмета» [1, с. 354].

По проницательному замечанию Н. Д. Арутюновой, говоря о психике, человек склонен экстериоризировать её составляющие — чувства, страсти, желания ... представляя их не только как нечто отдельное от нас, но как нечто, вступающее с нашим «я» в определённые, дружеские или враждебные отношения, нам помогающие или вредящие [1, с. 386]. Мы постараемся показать, что восприятие тоски в русском культурно-языковом сознании соединяет не просто разные, но отчасти именно противоположные элементы. Тоска вовсе не исключительно вредоносна и мучительна для человека. В ментальной модели тоски закреплены и определённые ценностные установки, и даже своеобразная форма психологической адаптивности.

Таким образом, при помощи анализа речевого функционирования слов, условий, тематических областей их употребления и, особенно, лексико-грамматической сочетаемости оказывается возможным выявить метафорическое восприятие стоящих за ними понятий, составляющее дополнительные культурные компоненты их содержания, не выводимые из словарных дефиниций этих единиц. Так, из существования в русском языке сочетаний *его гложет, грызет, съедает тоска, тоска заела (напала)* можно сделать вывод о том, что в русской языковой картине мира тоска предстает как некий хищный зверь. Своеобразную

интерпретацию этого метафорического образа можно найти у психологов. Так, в терминологии психоаналитика Э. Нойманна, в этой метафорике проявляется архетипическая «идея пожирательства», фиксируемая в подсознании человека за негативными явлениями физического и духовного мира [5].

Приёмы метафорической реконструкции языковой картины мира успешно применяются в отечественном языкознании начиная с 70-х гг. XX в. целой плеядой исследователей, таких как Н. Д. Арутюнова, В. Н. Телия, В. А. Успенский, Ю. Д. Апресян, В. Ю. Апресян, А. Д. Шмелев, Т. В. Булыгина, А. А. Зализняк и др. Отдельным направлением исследования концепта тоски является анализ преломления этого концепта в творчестве известных писателей. Отметим, что художественный талант ярких писателей не только отражает закрепившиеся в культуре атрибуты эмоционального концепта, но и всегда стремится вырваться за пределы стереотипа и придать концепту новые, авторские характеристики. Сошлёмся, например, на анализ представления концепта тоски в творчестве Б. Пастернака: «Данный концепт аккумулирует как традиционные для русской культуры значения тоски: *томление души; тревога, беспокойство; боязнь; скука; печаль,* так и индивидуально-авторские: *вода, вихрь, хищник, человек, клеймо, болезнь, состязание, слова, призрак*» [11].

Материалы и методы исследования

Для анализа лексической комбинаторики тоски мы обратились к Национальному корпусу русского языка, представляющему собой коллекцию текстов на русском языке общим объёмом более 2 млрд слов, оснащённую лингвистической разметкой и инструментами поиска. Как указывается в описательной части соответствующего сайта, Национальный корпус русского языка (НКРЯ, Корпус) — это собрание независимых корпусов, каждый из которых предназначен для решения определенных лингвистических задач. Каждая из этих коллекций текстов является большой по объёму и представительной выборкой, что делает их ценным материалом для количественных и качественных исследований. Наиболее общим по своим задачам является основной корпус, включающий прозаические письменные тексты на протяжении последних трёх с лишним веков, в него входят и опубликованные, и рукописные, и электронные тексты самых разных жанров. Его разметка носит наиболее нейтральный характер, как и отдельного газетного корпуса, самого большого в НКРЯ; он включает тексты центральных СМИ начиная с 1980-х гг. [7].

Считаем важным отметить, что для поиска коллокаций в корпусе используется статистический подход, то есть коллокациями считаются такие сочетания слов, которые встречаются совместно чаще, чем случайно. Для подсчёта коллокаций, как сообщает сайт, используются несколько статистических метрик (T-score, logDice, MI^3, Loglikelihood) [7].

В качестве метода выявления элементов культурного содержания мы применили анализ комбинаторных возможностей слова «тоска» по нескольким выборкам устойчивой сочетаемости из указанного корпуса. Результаты семантического анализа наиболее частотных коллокаций рассматриваются нами как объективированный набор культуроспецифичных смысловых компонентов концепта тоски.

Результаты исследования и их обсуждение

Поскольку наши наблюдения будут проводиться по семантической модели концептуального анализа, необходимо сделать замечание и о структурировании выявляемых элементов содержания. Исследование культурного содержания концепта предполагает привязку выявляемых элементов к определённым составляющим его структуры. В лингвокультурологии представление о структуре концепта опирается на ряд схем, ставших уже классическими. Так, согласно Ю. С. Степанову в структуре концепта выделяются: 1) обиходная, общеизвестная сущность, 2) сущность известная отдельным носителям языка и 3) сущность историческая, этимологическая информация. С. Г. Воркачев выделяет в концепте: 1) понятийную составляющую (признаковая и дефиниционная структура), 2) образную составляющую (когнитивные метафоры, фиксирующие концепт в сознании) и 3) значимостную составляющую — этимологические, ассоциативные характеристики концепта, определяющие его место в лексико-грамматической системе языка. Сходным образом В. И. Карасик различает в структуре концепта: 1) образно-перцептивный компонент, 2) понятийный (информационно-фактуальный) компонент и 3) ценностную составляющую (оценка и поведенческие нормы). М. В. Никитин вычленяет в концепте образ, понятие, когнитивный импликационал и прагматический импликационал. Обобщая целый ряд предложенных лингвистами структурных моделей, З. Д. Попова

и И. А. Стернин делают вывод, что большинство исследователей вычленяют в составе концепта определённое информационно-понятийное ядро, образ и некоторые дополнительные признаки, что свидетельствует о принципиальном сходстве в понимании структуры концепта в разных научных школах [8, с. 106].

Как нам представляется, в концептуальном анализе, приоритетом которого являются культурообусловленные компоненты содержания, структурную схему концепта можно в целях методологического удобства свести к выделению двух смысловых блоков: понятийного и ассоциативного.

Рассмотрим область понятийно-логического содержания слова «тоска», зафиксированную в словарном значении соответствующей лексической единицы. Конечно же, здесь приходится сделать необходимую оговорку о том, что аналитическая уязвимость лексикографических источников очевидна: словарные дефиниции не являются естественными фактами языка, представляя собой лишь интерпретацию их содержания. В то же время как минимум два соображения служат основанием для того, чтобы считать такие источники достаточно валидными для семантического и, шире, лингвокультурологического анализа.

Во-первых, наиболее известные словари с методологической точки зрения являются примерами хорошо верифицированных исследований, поскольку они проходят тщательную проверку, контроль материала, редактуру и модификации. В ходе своеобразной научной эволюции на первые места выходят такие лексикографические описания, за которыми признается и объяснительный авторитет, и объективность их семантических дескрипций.

Во-вторых, эти признанные авторитет и объективность уже сами начинают действовать как семантический фактор, влияющий на смысловую интерпретацию описываемых ими языковых единиц. Действительно, если словари применяются в качестве арбитра, с которым сверяются в каких-то случаях даже носители языка, то это означает, что дефиниции словаря будут хотя бы частично считаться чем-то наподобие правильных ответов в учебнике семантики языка. Тем более этот фактор значим в процессе обучения, поскольку словари, принимаемые системой образования для школьных программ родного и иностранного языков, будут уже очевидным образом формировать важную часть содержания большого числа слов.

Обратимся к распространенным дефинициям слова «тоска»:

Словарь русского языка в 4-х т. / РАН:

1. Тяжёлое гнетущее чувство, душевная тревога.

2. Скука, уныние, царящие где-л., вызываемые однообразием обстановки, отсутствием дела, интереса к окружающему. *Зелёная тоска* [9].

Толковый словарь русского языка Д. Н. Ушакова:

1. Сильное душевное томление, душевная тревога в соединении с грустью и скукой. *По родине. Испытывать тоску. Наводить или нагонять тоску.*

2. Нудная скука, смешанная с отвращением (разг.) [11].

Толковый словарь русского языка С. И. Ожегова:

1. Душевная тревога, уныние. Наводить тоску на кого-н. Т. берёт. Т. в глазах, во взгляде у кого-н. Т. по родине.

2. Скука, а также (разг.) что-н. очень скучное, неинтересное. *Т. зелёная* [10].

Большой толковый словарь русского языка / РАН. Под ред. С. А. Кузнецова:

1. Тяжёлое гнетущее чувство, душевная тревога, грусть, уныние.

На меня нашла т. Мучит т. Смертная, смертельная т. Сердечная, душевная т. Т. одиночества. Т. сжимает сердце.

2. (разг.) Гнетущая, томительная скука. *Нагонять, наводить тоску. Разогнать, развеять тоску. С тоски удавиться, пропасть, умереть. Т. зелёная. С тоской слушать кого-л.*

3. Скука, уныние, царящие где-л., вызываемые однообразием обстановки, отсутствием дела, интереса к окружающему [2].

Содержательная схожесть этих дефиниций дает возможность выделить как наиболее значимые следующие свойства:

1. В качестве первого признака в составе дефиниции приводится оценочная характеристика, относящаяся к эмоциональному содержанию понятия тоски — *тяжёлое (гнетущее)* [чувство]. Таким образом, в ядре понятийного значения оказывается закреплен высокий по экспрессивности эмоционально-оценочный потенциал единицы.

2. Словарные толкования сходятся и в том, что наиболее выраженным (опять же в силу указания в первом значении и в самом начале его дефиниции) понятийным компонентом тоски является тревога.

3. Поскольку понятие тревоги рассматривается лишь как одна из составляющих понятий-

ного значения (тоска не сводится к одной лишь тревоге) и поскольку реакция тревоги предполагает несколько иной эмоциональный источник, чем тоска (тревога вызывается прежде всего страхом), то тревога в дефинициях получает одинаковую уточняющую характеристику в виде определения «душевная». Это уточнение в концептуальном отношении показательно тем, что связывает понятие тоски с наиболее глубинными уровнями человеческой психики. В русской картине мира концепт души очевидным образом понимается в качестве собственно сущности человеческой личности. Одновременно такое определение служит указанием на силу эмоционального переживания.

4. В целом компоненты понятия тоски, согласно порядку их перечисления в дефинициях, можно представить в виде последовательности *«тревога — грусть — уныние — скука».* Обращает на себя внимание то, что скука часто выводится отдельным значением, из чего можно предположить, что семантическая связка *«тревога — грусть – уныние»* рассматривается как более плотное смысловое целое в этой последовательности понятийных компонентов. Действительно, скука эмоционально противоположна тревоге, но, поскольку слово «тоска» часто выступает просто экспрессивным синонимом скуки, логично выделить отдельное значение, сводящим эту эмоциональную пару вместе.

Далее мы попробуем показать, каким образом описанная понятийная область получает верификацию и дополнение со стороны ассоциативной составляющей концепта тоски.

Содержание ассоциативной области определяется нами как совокупность смысловых признаков, которые выявляются в сочетаниях ключевого слова, выражающего концепт (слова-репрезентанта) с другими лексическими единицами. Мы считаем важным подчеркнуть, что именно устойчивая лексическая сочетаемость дает возможность выявить когнитивные признаки концепта, не выводимые (по крайней мере полностью) из одной лишь семантики словарной дефиниции. Анализ лексической сочетаемости на большом текстовом материале дает заметные преимущества перед ассоциативными экспериментами, поскольку индивидуальные и случайные результаты будут отсеяны большой выборкой в область низких частотностей. Корпусные методы как нельзя более подходят для статистически валидного анализа комбинаторных возможностей слова, при котором подборка смысловых ассоциатов окажется максимально объективной как характеристика культурных коннотаций, узнаваемых и воспроизводимых носителями исследуемого языка. Такая объективация представляется тем более актуальной в свете замечаний ряда исследователей, указывающих на уязвимые места современной концептологии, Так, согласно В. И. Карасику, к теоретическим уязвимостям следует отнести «субъективизм в оценке значимости тех или иных признаков [концепта] для определённой лингвокультуры» [4, с. 93].

Сочетаемость слова «тоска», зафиксированную в подборках Национального корпуса русского языка, логично анализировать по частям речи. Это деление продиктовано не только структурным удобством, но и очевидными различиями по способности разных частей речи передавать разные когнитивные признаки.

Так, сочетания с прилагательными будут прежде всего указывать на оценочные характеристики определяемого слова по степени экспрессивности эмоции и по образной аналогии соответствующего переживания. Как показывает сводка частотности, наиболее типичными коллокатами слова «тоска» в корпусе текстов выступают метафорические прилагательные. К ним относятся (в скобках приведены показатели частотности сочетаний с указанным прилагательным в позиции определения): *смертельная (202), глубокая (150), безысходная (128), острая (85), тяжёлая (81), зелёная (66), глухая (58), лютая (46), тупая (34), тёмная (26).* Прилагательные этого частотного списка обладают высокой экспрессивностью, выразительной образностью и предсказуемо негативной оценочной окраской.

Общей характеристикой, претендующей на свойство культуроспецифичного разряда, определённо является подчеркнуто высокая «степень тяжести» соответствующего эмоционального переживания. Так, например, трудно себе представить уместность большинства сочетаний английских эквивалентов этих прилагательных с переводческими аналогами русской «тоски» (ср. **deadly sadness, *acute melancholy, *dark spleen, *brutal depression*). Интересно отметить, что указываемый во многих словарях пример характерного сочетания «зелёная тоска» по своей частотности в корпусе текстов не находится на самом верху списка. Возможно, это указывает на то, что речевое употребление слова «тоска» в значении скуки (а именно это значение акцентирует данное цветовое определение) всё же уступает значению «душевная тревога в сочетании с грустью».

Из неметафорических определений тоски в группе высших частот оказались прилагательные: *страшная (192), невыразимая (112), непонятная (82), ужасная (77)*. Примечательно, что помимо указания на глубину эмоции мы встречаем здесь характеристику неопределённости — как будто говорящему и самому неясна природа случившегося с ним переживания. Создаётся впечатление, что в этих сочетаниях содержится косвенный аргумент в пользу культурной уникальности концепта тоски: откуда взяться полной эквивалентности в других языках, если сами носители русской культуры временами не могут понять, что именно с ними в состоянии тоски происходит!

Вместе с тем среди частотных определений зафиксированы прилагательные, указывающие и на источник эмоционального ощущения: согласно данным корпуса, слова «тоска» в число таких употребительных коллокатов входят «любовная», «осенняя» и «ностальгическая». Сочетания «любовная тоска» и «ностальгическая тоска» вполне отвечают логике сценарной дефиниции тоски по А. Вежбицкой, как ощущение чего-то недоступного или утраченного (объекта любви или невозвратимого прошлого). «Осенняя тоска» очевидным образом тяготеет к более концептуально простому значению скуки и уныния.

Среди глаголов, образующих устойчивые предикаты к слову «тоска», большая часть представлена экспрессивными метафорами, образность которых предсказуемо иллюстрирует смысловую сферу активных, агрессивных и деструктивных воздействий — *нападать, овладевать, охватывать, грызть, сжимать, давить, глодать, томить, угнетать, мучить, терзать, заесть*. Смысловой спектр этих метафорических предикатов хорошо согласуется с базовыми компонентами понятийного ядра «тоски» — «тяжёлое, гнетущее, тревожащее чувство». Благодаря этим понятийным компонентам слово «тоска» активно притягивает к себе глагольную семантику ранящих, болезненных и неодолимых действий.

Корпусная статистика сочетания «тоски» с существительными демонстрирует следующие особенности. Во-первых, обращает на себя внимание то, что в высших значениях частотности оказались коллокаты из понятийной группы причины переживания — *одиночество* (с частотностью сочетаний — 139) или психологической «области локализации» тоски – *сердце* (134) и *душа* (121). Душа и сердце закономерно выступают в качестве рецепторов тоски, и именно эти чувствительные психические «органы» порождают столь хорошо прослеживаемую в глагольных сочетаниях болезненную реакцию на острое её переживание. В группе обозначений причины тоски наряду с одиночеством, хотя и с заметным отрывом по показателю частотности, вошли также такие коллокаты, как *любовь, разлука, ожидание, расставание*. Легко заметить, что их объединяет смысловая сфера психологически значимых межличностных отношений. Характерно и то, что легче всего слова этой группы встраиваются в комбинаторный потенциал именно тоски, а не смежных эмотивных номинаций — скуки, хандры или грусти (ср., напр. **скука [несчастной] любви, *грусть ожидания, *хандра расставания*).

Благодаря устойчивости подобных сочетаний культурная семантика концепта тоски фиксирует в сознании носителей языка нормативность сильного эмоционального переживания в случае каких-то неустройств личных отношений. Похожим образом устойчивое сочетание «тоска по родине» закрепляет своего рода эмоционально-этический стандарт подобающего отношения к месту своего рождения. Примечательно, что в этих эмоционально-оценочных моделях слово «тоска» получает оттенок положительной коннотации — культура как бы говорит носителю языка, что эмоциональная привязанность к близкому человеку или родной земле — это хорошо и правильно.

Следующей особенностью является наличие в ряду коллокатов высокой частотности целого кластера существительных, обозначающих эмоциональные состояния, родственные тоске. Показательно то, что в группе этих единиц верхние позиции занимают слова *грусть, скука, печаль, отчаяние*, фактически повторяющие понятийный состав словарных дефиниций — буквально или близкими синонимами. Мы склонны считать такое соответствие убедительным подтверждением правильности разложения концепта тоски на понятийные «множители» составителями приведённых словарей.

Единственным статистическим выбросом из верхнего ряда частотности оказалось слово «тревога» — его сочетаемость уступает скуке примерно вдвое. Как нам представляется, причина может быть в том, что, как мы указывали ранее, под тревогой понимается преимущественно состояние, вызываемое страхом, реакция на какой-то источник опасности. Тоска же не ассоциируется с опасностью, по крайней мере, непосредственно, и сама по себе мало похожа на

страх. Очевидно, руководствуясь похожими соображениями, авторы словарных дефиниций используют фразовую характеристику «душевная тревога», тем самым подчеркивая, что речь идёт не столько о тревоге как таковой, сколько о неприятном ощущении беспокойства, тревожащем человека в том смысле, что от него никак не удаётся избавиться. Среди других номинаций эмоций корпусная выборка указывает на совместимость слова тоски понятиями боли, и даже злобы и гнева, но уже с существенно более низкими показателями частотности сочетаний.

Заключение

Как нам представляется, из приведенных выше наблюдений можно сделать следующие выводы.

Анализ лексической комбинаторики слова «тоска» на материале структурированной по частям речи корпусной выборки коллокаций даёт возможность описать ассоциативное семантическое поле соответствующего этому слову концепта. Культурологическая значимость такого описания определяется тем, что корпусная статистика обобщает огромный объём текстовых примеров речевого использования анализируемого слова, благодаря чему происходит отсеивание индивидуальных, случайных и прочих окказиональных характеристик. Таким образом, результаты статистического отбора по высоким значениям частотности коллокатов можно рассматривать как объективированный набор устойчивых и типичных для данной культуры смысловых ассоциаций.

Ассоциативное поле концепта тоски, выявляемое с помощью анализа коллокаций корпусной выборки, указывает на возможность определения ряда актуализируемых устойчивой сочетаемостью слова культуроспецифичных признаков, таких как:

– Составной характер психологического состояния тоски, проявляющийся в виде комбинации нескольких эмоциональных переживаний, задействованных одновременно: тревожное беспокойство в соединении с грустью и унынием. Корпусная выборка служит хорошей верификацией семантической точности определений тоски в классических толковых словарях русского языка, поскольку понятийные компоненты этих дефиниций получают высокие значения частотности употребления в корпусе текстов.

– Указанное соединение эмоциональных состояний отличает восприятие и переживание тоски от выделяемых психологией базовых эмоций, которые несомненно, задействованы в ощущении тоски, но их взаимодействие не сводится к простой сумме их свойств по отдельности. Грусть в «чистом виде» пассивна и может сводиться всего лишь к общему состоянию плохого настроения. Тревожность в «чистом виде» связана со страхом, с реакцией на опасность. Соединение этих компонентов в тоске преображает их совместное переживание. Семантика тоски описывает состояние, при котором человеку грустно, потому что тревожно, а тревожно не потому, что страшно, а из-за острой потребности найти способ избавиться от беспокоящего обстоятельства, вызывающего тяжелый психологический дискомфорт.

– Сочетаемость слова «тоска» с большой группой экспрессивных метафор подчеркивает глубину и остроту ассоциирующего с этим концептом эмоционального переживания. Воздействие тоски уподобляется активной, злой и трудноодолимой силе, что особенно ярко проявляется в устойчивой комбинаторике с прилагательными и глаголами. Чувственными «мишенями» тоски языковое сознание определяет душу и сердце, которые в переводе на язык психологии соответствуют ядру человеческой личности.

– Наконец, особой культурологической чертой, выделяющей концепт тоски в спектре эмоциональных состояний, выступает тенденция к соединению переживания с осознанием причины, его вызвавшей или к отчаянному поиску такой причины. Слово «тоска» явным образом тяготеет к сочетаемости с обозначениями вызывающих тоску обстоятельств: *одиночество, любовь, ностальгия, разлука, расставание, пребывание вдали от родины* и т. д. Эта тенденция хорошо согласуется со сценарной формулой тоски, предложенной А. Вежбицкой, предполагающей в тоске ощущение чего-то утраченного или труднодостижимого (недостижимого). Показательно и то, что для слова «тоска», как отмечалось выше, частотны сочетания с прилагательными *невыразимая* и *непонятная*. По нашему убеждению, такие сочетания свидетельствуют как раз о том, что непонятность связана не столько с самим чувством, сколько вызывается невыясненностью причины тоски. Ускользающая от осознания причина переживания раздражает человека и побуждает его к поиску этого источника. Как нам представляется, эта специфичная черта имеет особое значение как психологический механизм, посредством которого русская языковая культура оформляет и закрепляет определённую модель когнитивного восприятия и соответствующий этому восприятию тип реакции.

Психологическая модель переживания тоски призвана не обессилить человека, а заставить его быть активно неудовлетворённым своим душевным состоянием. В концептуальной инструкции к чувству тоски семантически запрограммирована раздражённая энергетика, побуждающая человека осознать, что именно не даёт ему покоя, и дающая возможность на ресурсе этой энергетики настойчиво пытаться найти выход из острого дискомфортного состояния. Культура, таким образом, как будто считает, что лучше раздраженное беспокойство, чем депрессия. Концепт тоски прошёл в русской культуре долгую когнитивную апробацию, и его языковая популярность явно говорит в пользу того, что спрятанный в семантике психологический рецепт зачем-то нужен русскому человеку.

Список источников

1. Арутюнова, Н. Д. Язык и мир человека / 2-е изд., испр. Москва : Языки русской культуры, 1999. 911 с.
2. Большой толковый словарь русского языка / РАН. Ин-т лингв. исслед. Сост., гл. ред. канд. филол. наук С. А. Кузнецов. Санкт-Петербург : Норинт, 1998. URL: https://gramota.ru/biblioteka/slovari/bolshoj-tolkovyj-slovar (дата обращения: 20.09.2024).
3. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. М.: Русские словари, 1996. 416 с.
4. Карасик В. И. Языковая матрица культуры. М.: Гнозис, 2013. 20 с.
5. Красавский Н. А. Концепт «тоска» в русской лингвокультуре // Известия ВГПУ. 2009. № 7. С. 20–23.
6. Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. 375 с.
7. Национальный корпус русского языка (НКРЯ). URL: https://ruscorpora.ru (дата обращения: 20.09.2024).
8. Попова, З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. М : АСТ: «Восток-Запад», 2007. 314 с.
9. Словарь русского языка: в 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований. Под ред. А. П. Евгеньевой. 4-е изд., стер. М. : Рус. яз. Полиграфресурсы, 1999. URL: http://feb-web.ru/feb/mas/mas-abc/19/ma438914.htm?cmd=0&istext=1 (дата обращения: 20.09.2024).
10. Толковый словарь русского языка [Текст] : около 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов; под общ. ред. Л. И. Скворцова. URL: https://gufo.me/dict/ozhegov/%D1%82%D0%BE%D1%81%D0%BA%D0%B0 (дата обращения: 20.09.2024).
11. Толковый словарь русского языка под редакцией Д. Н. Ушакова (1935-1940). URL: http://feb-web.ru/feb/ushakov/ush-abc/19/us475504.htm?cmd=0&istext=1 (дата обращения: 20.09.2024).
12. Федоринчик А. Ф. Концепт «тоска» в поэзии Б. Пастернака // Вестник Белорусского государственного педагогического университета 2010. № 4 (66). С. 76–80.
13. Шмелев А. Д. Можно ли понять русскую культуру через ключевые слова русского языка? // Зализняк Анна А., Левонтина И. Б., Шмелев А. Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира: Сб. ст. М. : Языки славянской культуры, 2005. 544 с.
14. Шмелев А. Д. Широта русской души // Зализняк Анна А., Левонтина И. Б., Шмелев А. Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира: Сб. ст. М. : Языки славянской культуры, 2005. 544 с.

References:

1. Arutyunova ND. Yazyk i mir cheloveka=Language and the Human World. Moscow: Languages of Russian Culture. 1999. 911 p. (In Russ.).
2. Bol'shoj tolkovyj slovar' russkogo yazyka = Large Russian Dictionary. Russian Academy of Sciences, edited by Kuznetsov SA, St Petersburg. Norint. 1998. Available from: https://gramota.ru/biblioteka/slovari/bolshoj-tolkovyj-slovar (accessed: 20.09.2024). (In Russ.).
3. Vezhbickaya A. Yazyk. Kul'tura. Poznanie=Language. Culture. Cognition. Moscow. 1996. 416 p. (In Russ.).
4. Karasik VI. Yazykovaya matrica kul'tury=The Language Matrix of Culture Moscow : Gnozis, 2013. 320 p. (In Russ.).
5. Krasavskij NA. Koncept toska v russkoj lingvokul'ture = The Concept of Toska in Russian Culture. *Izvestiya VGPU*. 2009;(7):20-23. (In Russ.).
6. Krasnyh VV. «Svoj» sredi «chuzhih»: mif ili real'nost'? = A Stranger among Us: Myth or Reality? Moscow : «Gnozis», 2003. 375 p. (In Russ.).
7. Nacional'nyj korpus russkogo yazyka=National Corpus of the Russian Language. Available from: https://ruscorpora.ru (accessed: 20.09.2024). (In Russ.).

8. Popova, ZD, Sternin IA. Kognitivnaya lingvistika=Cognitive Linguistics. Moscow : Vostok-Zapad, 2007. 314 p. (In Russ.).

9. Slovar' russkogo yazyka = Russian Language Dictionary // Russian Academy of Sciences, edited by AP Yevgenieva. Moscow : Poligrafresursy, 1999 Available from: http://feb-web.ru/feb/mas/mas-abc/19/ma438914.htm?cmd=0&istext=1 (accessed: 20.09.2024). (In Russ.).

10. Tolkovyj slovar' russkogo yazyka = Explanatory Russian Dictionary: about 100 000 words, terms and phrases / SI Ozhegov. edited by LI Skvortsov. Available from: https://gufo.me/dict/ozhegov/%D1%82%D0%BE%D1%81%D0%BA%D0%B0 (accessed: 20.09.2024). (In Russ.).

11. Tolkovyj slovar' russkogo yazyka = Explanatory Russian Dictionary edited by DN Ushakova (1935-1940). Available from: http://feb-web.ru/feb/ushakov/ush-abc/19/us475504.htm?cmd=0&istext=1 (accessed: 20.09.2024). (In Russ.).

12. Fedorinchik AF. Koncept «toska» v poezii B Pasternaka = The Concept of Toska in Poetry by B Pasternak. *Bulletin of Belorussian State Pedagogical University.* 2010;(4(66):76-80. (In Russ.).

13. Shmelev AD. Mozhno li ponyat' russkuyu kul'turu cherez klyuchevye slova russkogo yazyka? = Can we Understand Russian Culture through Russian Key Words // Zaliznyak AA, Levontina IB, Shmelev AD. Klyuchevye idei russkoj yazykovoj kartiny mira=Key Ideas of Russian Language Worldview. Moscow : Slavonic Culture Languages, 2005. 544 p. (In Russ.).

14. Shmelev AD. Shirota russkoj dushi = Broadness of the Russian Soul // Zaliznyak AA, Levontina IB, Shmelev AD. Klyuchevye idei russkoj yazykovoj kartiny mira=Key Ideas of Russian Language Worldview. Moscow : Slavonic Culture Languages, 2005. 544 p. (In Russ.).

Информация об авторах

А. М. Погорелко — кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка и межкультурной коммуникации.

Т. Н. Герасина — старший преподаватель кафедры инновационных технологий языковой коммуникации.

Information about the authors

A. M. Pogorelko — Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Chair of English Language and Intercultural Communication.

T. N. Gerasina — Senior Lecturer at the Chair of Language Communication Innovation Technologies.

Статья поступила в редакцию 01.09.2024; одобрена после рецензирования 20.09.2024; принята к публикации 01.10.2024.

The article was submitted 01.09.2024; approved after reviewing 20.09.2024; accepted for publication 01.10.2024.

Вклад авторов: оба автора 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.

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 134–140.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):134-140.

Научная статья

УДК 81.276.5

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-134-140

ОБРАЗ ХИРУРГА В АНГЛОЯЗЫЧНОМ И РУССКОЯЗЫЧНОМ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ СУБСТАНДАРТА

Галина Владимировна Файзиева[1✉], **Ирина Аркадьевна Гроховская**[2]

[1]Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева, Астрахань, Россия, fayzievagv@yandex.ru, 0000-0002-0627-2045

[2]Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева, Астрахань, Россия, irinagroh83@gmail.com, 0009-0002-5216-0992

Аннотация. Медицина является одной из важнейших сфер общественной жизни, и все процессы, происходящие в медицинской отрасли, приобретают языковое выражение. Современные реалии, отражающиеся в языке медицины, передают, в том числе, особенности их восприятия народом-носителем того или иного языка, фиксируются на субстандартном лексическом уровне, номинируя значимые для общества категории и явления. Одной из таких категорий — ярких и ёмких — является лингвистический образ врача. В статье рассматривается лингвокультурный типаж хирурга, сформированный по материалам субстандартных лексикографических источников и текстов наивного дискурса, а именно англоязычных и русскоязычных медицинских форумов и страниц социальных сетей. Фактический материал исследования составляет 24 субстандартные лексические единицы, отобранные методом сплошной выборки из актуальных субстандартных лексикографических источников английского и русского языков, а также 138 сообщений, зафиксированных на страницах соответствующих интернет-ресурсов. В центре внимания авторов — выявление базовых и дополнительных семантических характеристик субстандартных лексических единиц, номинирующих понятие *surgeon / хирург*, на уровне англоязычных и русскоязычных словарей субстандартной лексики, а также актуализация отобранных лексических единиц на страницах медицинских форумов и социальных сетей. Проявление одних и нерелевантность других дополнительных семантических характеристик на уровне наивного медицинского дискурса позволяет представить ключевые особенности рассматриваемого образа в традициях субстандартного русского и английского языков. Авторами предпринята попытка раскрыть и описать образ *surgeon / хирург* через призму его восприятия представителями англоязычного и русскоязычного лингвокультурного сообщества. В ходе исследования были использованы методы лексикографического, лексикологического и семантического анализов, а также семантическая интерпретация, классификация, количественный расчёт и метод табличного отображения данных, полученных в результате исследования.

Ключевые слова: лингвокультурный образ, языковой субстандарт, образ хирурга, наивный медицинский дискурс, субстандартная лексическая единица, лингвокультурное сообщество

Для цитирования: Файзиева Г. В., Гроховская И. А. Образ хирурга в англоязычном и русскоязычном лингвокультурном пространстве субстандарта. // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 134–140. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-134-140.

Original article

IMAGE OF A SURGEON IN THE ENGLISH-SPEAKING AND RUSSIAN-SPEAKING LINGUISTIC-CULTURAL SPACE OF THE SUBSTANDARD

Galina V. Fayzieva[1✉], **Irina A. Grokhovskaya**[2]

[1]Astrakhan Tatishchev State University, Astrakhan, Russian Federation, fayzievagv@yandex.ru, 0000-0002-0627-2045

[2]Astrakhan Tatishchev State University, Astrakhan, Russian Federation, irinagroh83@gmail.com, 0000-0002-5216-0992

Abstract. Medicine is one of the most important spheres of public life and all the processes taking place in the medical industry acquire linguistic expression. Modern realities reflected in the language of medicine convey, among other things, the peculiarities of their perception by the native speaker of a particular language, are fixed at a sub-standard lexical level, nominating categories and phenomena significant to society. One of these categories –

© Файзиева Г. В., Гроховская И. А., 2024

vivid and capacious – is the linguistic image of a doctor. The article considers the surgeon's linguistic and cultural type, formed on the basis of materials from substandard lexicographic sources and texts of naive discourse, namely English-language and Russian-language medical forums and social media pages. The actual research material is 24 substandard lexical units selected by continuous sampling from current substandard lexicographic sources of English and Russian, as well as 138 messages recorded on the pages of the relevant Internet resources. The authors focus on identifying the basic and additional semantic characteristics of substandard lexical units that nominate the *surgeon/хирург* concept at the level of English and Russian-language dictionaries of substandard vocabulary, as well as updating the selected lexical units on the pages of medical forums and social networks. The manifestation of some and the irrelevance of other additional semantic characteristics at the level of naive medical discourse allows us to present the key features of the image in question in the traditions of substandard Russian and English. The authors attempted to reveal and describe the image of the surgeon through the prism of its perception by representatives of the English-speaking and Russian-speaking linguistic and cultural community. The methods of lexicographic, lexicological and semantic analyses, as well as semantic interpretation, classification, quantitative calculation and the method of tabular display of the data obtained as a result of the study have used during the study.

Keywords: linguocultural image, linguistic substandard, surgeon image, naive medical discourse, substandard lexical unit, linguocultural community

For citation: Fayzieva GV, Grokhovskaya IA. Image of a surgeon in the English-speaking and Russian-speaking linguistic-cultural space of the substandard. *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;(8(490): 134-144. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-134-144.

Введение

Медицина является одной из важнейших сфер общественной жизни, затрагивающей, прямо или косвенно, каждого индивидуума в социуме. Вполне закономерным представляется тот факт, что любые процессы, происходящие в медицинской отрасли, приобретают языковое выражение [11]. При этом язык не обезличен, он создаётся народом посредством переноса свойственного ему восприятия действительности на языковую картину мира. Таким образом, язык целесообразно рассматривать в контексте взаимовлияния и взаимосвязи с культурными особенностями того или иного лингвосообщества [9].

Исследования последних лет (John H. Dirckx, A. T. Fox, M. Fertleman, Т. Г. Карымшакова, А. Ю. Соколова, М. Н. Петрова и др.) [13; 14; 6] показывают, что в сфере медицины появляется большое количество работ, освещающих лингвистическое сопровождение медицинской деятельности. Ряд исследователей (Kazem Sadegh-Zadeh, Dzuganova Bozena, З. Р. Палютина, Л. В. Ягенич и др.) оперирует понятием медицинская лингвистика, однако данный термин на настоящий момент отсутствует в терминосистеме современной лингвистической науки [7; 16]. Языковые новообразования в медицине связаны с рядом специфических явлений [12], а именно:

– стремительное и непрерывное появление новейших лекарственных препаратов, методов лечения, технологических разработок;

– нестандартная эпидемиологическая ситуация, оказывающая воздействие на большую часть лингвокультурного сообщества;

– административное и государственное регулирование медицинской отрасли, находящее широкий отклик в социуме [15].

В реалиях современного мира литературный языковой пласт не успевает своевременно и чутко реагировать на появляющиеся неологизмы, в связи с чем вновь образованные языковые феномены находят отображение в разнообразных субстандартных лексикографических источниках, представленных как на онлайн-ресурсах (например, https://engdic.org/slang, https://www.urbandictionary.com/, pravilamag.ru и др.), так и в авторской редакции[1] (Дж. Грин «Cassel's Dictionary of Slang»,

[1] John A. Williams. Cassell's English Dictionary: An Index of the Words and Phrases Used in the English of the Present Day. 1902. 1100 p. URL: https://archive.org/details/cassellsenglishd0000unse_u1g6/page/n9/mode/2up; Partridge E. Slang To-Day and Yesterday. London: Routledge and Kegan Paul LTD. 1954. 496 p. URL: https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.58766; Hotten J.C. A Dictionary of Modern Slang, Cant and Vulgar Words. London, 1860. 324 p. URL: https://publicdomainreview.org/collection/dictionary-of-modern-slang/; Spears R.A. Dictionary of American Slang. М.: Русский язык, 1991. 528 с.; The Online Slang Dictionary. URL: http://onlineslangdictionary.com/; Thorne T. Dictionary of Contemporary Slang. London: A&C Black, 2007. 513 p.; Urban Dictionary. URL: https://www.urbandictionary.com/; Ермакова О. П., Земская Е. А., Розина Р. И. Слова, с которыми мы все встречались: Толковый словарь русского общего жаргона / под общ. рук. Р. И. Розиной. М.: Азбуковник, 1999. 320 с.; Мокиенко В. М., Никитина Т.Г. Большой словарь русского жаргона. СПб.: Норинт, 2000. 716 с.; Химик В. В. Большой словарь русской разговорной экспрессивной речи. СПб.: Норинт, 2004. 762 с.; Юганов И. Ф., Юганова Ф. С. Словарь русского сленга: сленговые слова 60–90-х годов. М., 1997. 301 с.; Грачев М. А. Словарь тысячелетнего русского арго. М.: Рипол-Классик, 2003. 1119 с.

М. А. Грачев «Словарь тысячелетнего арго», В. М. Мокиенко, Т. Г. Никитина «Большой словарь русского жаргона» и др.). Такого рода ресурсы фиксируют как *народный лингвистический креатив*, не представляющий, собственно, никакой социальной и языковой ценности и возникающий как реакция на соответствующие условия окружающего мира, так и различные профессиональные неологизмы, которые впоследствии переходят в литературный языковой пласт, номинируя значимые для общества категории и явления [1].

Именно субстандарт является тем лексическим конгломератом, который отражает все реалии социума, общественной, экономической и политической жизни, отвечая на происходящие события возникновением новых слов, быстро проникающих в разнообразные сферы бытия и входящих в обиход представителей разных слоев общества, выполняя при этом множество функций — от проявления экспрессии до конспиративной [8].

Субстандартные лексические единицы широко представлены и в языке медицины, придавая особые оттенки при интерпретации присущих медицине явлений и процессов [3; 4; 10; 5].

Результаты исследования и их обсуждение

В рамках данного исследования фокус научного внимания будет направлен на воссоздание лингвокультурного образа *врача-хирурга* в субстандарте посредством выявления базовых и дополнительных семантических характеристик, присущих понятию *surgeon / хирург* на уровне англоязычного и русскоязычного литературного языкового пласта, субстандартного лексического слоя и текстов наивной коммуникации (страницы социальных сетей, форумы, комментарии к публикациям в интернет-пространстве).

Первым этапом исследования стало выявление базовых характеристик, заложенных в семантической структуре рассматриваемого понятия. С этой целью была проанализирована литературная интерпретация лексической единицы *surgeon / хирург* в толковых словарях английского и русского языков. Так, согласно аутентичному словарю медицинских терминов *Dictionary of medical terms*[1], понятие *surgeon* представлено со значением *a medical specialist who practices surgery: a physician trained and qualified to perform surgical procedures* (медицинский специалист, практикующийся в хирургии: врач, обученный и квалифицированный для выполнения хирургических манипуляций [*здесь и далее представлен авторский перевод* — **Прим. авт.**]. На уровне литературного слоя русского языка лексическая единица хирург зафиксирована в Энциклопедическом словаре медицинских терминов[2] со значением *врач-специалист, получивший подготовку по методам диагностики и хирургического лечения болезней и травм.* Опираясь на представленные выше определения, выделим в качестве базовых семантических характеристик понятия *surgeon / хирург* на уровне английского и русского языков следующие:

– указание на узкую специализацию (a medical specialist; врач-специалист);

– указание на специфику манипуляций (surgical procedures; хирургическая диагностика, лечение, операции).

Стоит отметить, что базовые семантические характеристики рассматриваемого понятия совпадают на уровне англоязычного и русскоязычного литературного стандарта. Принимая во внимание базовые семантические характеристики, на следующем этапе исследования были проанализированы лексические единицы, являющиеся субстандартными референтами литературного понятия *surgeon / хирург*. Данному этапу предшествовало проведение сплошной выборки субстандартных лексических единиц (далее — СЛЕ) с семантикой *surgeon* / *хирург* из наиболее разработанных субстандартных лексикографических источников английского[3] и русского языков[4],

[1] Dictionary of Medical Terms. L.: A&C Black, 2007. 482 c.

[2] Покровский В. И. Энциклопедический словарь медицинских терминов / Гл. ред. В. И. Покровский. М.: Медицина, 2001. 960 с.

[3] John A. Williams. Cassell's English Dictionary: An Index of the Words and Phrases Used in the English of the Present Day. 1902. 1100 p. URL: https://archive.org/details/cassellsenglishd0000unse_u1g6/page/n9/mode/2up; Partridge E. Slang To-Day and Yesterday. London: Routledge and Kegan Paul LTD. 1954. 496 p. URL: https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.58766; Hotten J.C. A Dictionary of Modern Slang, Cant and Vulgar Words. London, 1860. 324 p. URL: https://publicdomainreview.org/collection/dictionary-of-modern-slang/; Spears R.A. Dictionary of American Slang. M.: Руский язык, 1991. 528 с.; The Online Slang Dictionary. URL: http://onlineslangdictionary.com/; Thorne T. Dictionary of Contemporary Slang. London: A&C Black, 2007. 513 p.; Urban Dictionary. URL: https://www.urbandictionary.com/

[4] Ермакова О. П., Земская Е. А., Розина Р. И. Слова, с которыми мы все встречались: Толковый словарь русского общего жаргона / под общ. рук. Р. И. Розиной. М.: Азбуковник, 1999. 320 с.; Мокиенко В. М., Никитина Т. Г. Большой словарь русского жаргона. СПб.: Норинт, 2000. 716 с.; Химик В. В. Большой словарь русской разговорной экспрессивной речи. СПб.: Норинт, 2004. 762 с.; Юганов И. Ф., Юганова Ф. С. Словарь русского сленга: сленговые слова 60–90-х годов. М., 1997. 301 с.; Грачев М. А. Словарь тысячелетнего русского арго. М.: Рипол-Классик, 2003. 1119 с.

что позволило определить в качестве материала данного этапа исследования 18 англоязычных СЛЕ и 6 русскоязычных субстандартных лексем. Однако следует отметить, что лексические единицы, номинирующие собирательный образ врача, представлены в количестве 136 СЛЕ в английском языке и 87 СЛЕ в русском. Таким образом, в процентном соотношении СЛЕ, обозначающие понятие *surgeon / хирург*, представлены 14 % и 7 % соответственно к общему количеству СЛЕ, номинирующих собирательный субстандартный образ врача. Так, на уровне субстандартного слоя английского языка понятию *surgeon* соответствуют СЛЕ *belly pounder, belly funcher, bitter pill, bones, butcher, cut throat, elevator, flesh tailor, tailor, twat-scourer, bone-bender, nimgimmer, lint-scraper, sawbones, crocus, resurrection doctor, pintle-smith, blade.* В русскоязычном субстандартном лексикографическом фонде, в свою очередь, были зафиксированы такие СЛЕ, как *мясник, каратель, живодёр, коновал, топор, палач.*

Лексико-семантический анализ отобранных СЛЕ позволил выявить дополнительные семантические характеристики рассматриваемого субстандартного образа, которые являются его отражением в сознании народа-носителя языка [2]. Детальное рассмотрение каждой из отобранных СЛЕ привело к возможности объединения ряда из них в тематические группы в соответствии с дополнительным семантическим признаком. Для наглядного отображения полученных данных представим тематическое распределение в виде таблицы (табл. 1).

По данным проведённого анализа следует констатировать, что дополнительными семантическими характеристиками, отображающими образ *surgeon / хирург* на субстандартном лексическом уровне, являются: *узкая специализация в соответствии с оперируемой частью тела; узкая специализация в соответствии с заболеванием пациента; грубый характер манипуляций; используемый в работе инструмент; пренебрежительное и саркастическое отношение к представителю данной профессии*. Полученные данные позволили отметить совпадение характеристик грубый характер манипуляций, используемый в работе инструмент и пренебрежительное и саркастическое отношение к представителю данной профессии в английском и русском субстандартном слое.

Следующим этапом исследования было изучение и анализ наивного дискурса, а именно интернет-форумов и страниц социальных сетей (*https://patient.info.com, https://medlineplus.gov.com, https://medical-helper.com, https://kulturologia.ru/blogs, The Daily Medical, Medicine and Pharmacology Злой Медик, Врачебные ошибки и врачебная ответственность* и др.) на предмет выявления случаев использования СЛЕ, отражающих образ *surgeon / хирург*. При этом необходимо отметить, что предметом выявления являлись не только зафиксированные в субстандартных лексикографических источниках лексические единицы, но и любые семантические апелляции к исследуемому образу. Большинство отобранных текстов наивного дискурса представлены во временном интервале с 2019 г. по 2023 г., что связано с возросшим интересом к представителям врачебной профессии в период пандемии Covid-19.

В ходе анализа текстов наивного дискурса был обнаружен ряд апелляций к исследуемому образу, приведём некоторые из них:

Таблица 1

Дополнительные семантические характеристики субстандартных лексических единиц (СЛЕ) референтов понятия surgeon / хирург

Дополнительная семантическая характеристика	Субстандартная лексическая единица
Узкая специализация в соответствии с оперируемой частью тела	*belly pounder, belly funcher, cut throat, bones,*
Узкая специализация в соответствии с заболеванием пациента	*nimgimmer*
Грубый характер манипуляций	*butcher, saw-bones, bone-bender, коновал, мясник*
Используемый в работе инструмент	*bitter pill, blade, elevator, lint-scraper, tailor, flesh tailor, топор*
Пренебрежительное и саркастическое отношение к представителю данной профессии	*crocus, butcher, twat-scourer, resurrection doctor, палач, коновал, мясник, живодер, каратель*

Dr. Slash (https://www.medlineplus.com/define.php): This surgeon is a talented snowboarder who uses the edges of his snowboard to make incisions into powder with style and grace (Этот хирург — талантливый сноубордист, который использует края своего сноуборда, чтобы сделать чуть заметные надрезы со стилем и изяществом). В данном примере образ *surgeon* приобретает дополнительные семантические характеристики, а именно мастерство исполнения своей работы *(with style and grace)* и использования хирургических инструментов *(the edges of his snowboard).* Следует отметить, что выявленные характеристики не были зафиксированы ни в качестве базовых, ни в качестве дополнительных на уровне субстандартных лексикографических источников.

Individ (kulturologia.ru/blogs/6382513): *Хирурги – это саперы. Правда, если саперы ошибаются только один раз в своей жизни, то хирурги ошибаются только один раз в вашей жизни. Как и саперы, хирурги руководствуются не накопленной информацией, а интуицией. И в этом наше счастье, поскольку в медицине интуиция, по-прежнему, куда надежнее.* В представленном примере в качестве дополнительной семантической характеристики выступает способность хирурга использовать интуицию в процессе работы, сравнимую с использованием интуиции сапером при выполнении работ по разминированию объектов. Также констатируем, что зафиксированная семантическая характеристика не нашла своего отражения на уровне лексикографических источников.

Reynaldo Alkuino (https://www.medicaldaily.com/teens-struggling): *U r not caring ur skin and even u didn't consult the butcher...* [*стилистика автора сохранена* — **Прим. авт.**] *(Ты не заботишься о своей коже и даже не проконсультировался с хирургом).* В приведенном примере зафиксирована СЛЕ *butcher*, являющаяся пренебрежительным обращением к представителю профессии и указывающая на грубый характер манипуляций. Отметим, что данная СЛЕ была зафиксирована как на уровне наивного дискурса, так и на уровне субстандартных лексикографических источников.

Patrick Segunda (https://www.medicaldaily.com/higher471835): *That bitch gave me some wicked brains, she was a brain surgeon* [*стилистика автора сохранена* — **Прим. авт.**] *(Эта тварь вставила мне злые мозги, она была хирургом, оперирующим мозг).* В данном контексте прослеживается оскорбительное отношение к хирургу *(that bitch)*, выражающее крайнюю степень пренебрежения.

Mrsmeyrickson (https://patient.info/forums/): *The Surgeon, he's not a psychopath He's a predatory sociopath* [*стилистика автора сохранена* — **Прим. авт.**] *(Хирург, он не психопат. Он хищный социопат).* Привед`нный пример, на наш взгляд, иллюстрирует довольно негативное отношение к врачу-хирургу, которое основано на специфических личностных качествах представителя рассматриваемой профессии.

Petrovnot (https://zloymedik.ru/): *Хирург — волевой мужественный человек. Он настоящий мастер своего дела. Велики его сила, выдержка и стойкость. Он — мудрец от Бога, страж здоровья, внимательный наблюдатель и сильный полководец. Хирург в медицине всемогущ. Он спасает жизни людей.* В данном контексте, напротив, прослеживается безграничная благодарность и безмерное уважение к представителям профессии врача-хирурга.

Заключение

В качестве вывода отметим, что образ хирурга складывается из базовых семантических характеристик *(указание на узкую специализацию; указание на специфику манипуляций)*, дополнительных семантических характеристик, выявленным по данным лексикографических источников *(узкая специализация в соответствии с оперируемой частью тела; узкая специализация в соответствии с заболеванием пациента; грубый характер манипуляций; используемый в работе инструмент; пренебрежительное и саркастическое отношение к представителю данной профессии)*, а также дополнительных семантических характеристик, определённых по данным наивного дискурса *(крайне негативное и пренебрежительное отношение к представителю профессии врача-хирурга; указание на способность использования интуиции в работе как положительной характеристики и проявления специфических личностных качеств как отрицательной; указание на высокое мастерство в работе).*

Таким образом, лингвокультурный субстандартный типаж врача-хирурга в англоязычной и русскоязычной традициях представляет собой многогранный образ, включающий полярные характеристики от резко отрицательных до крайне положительных.

Список источников

1. Абрамова Г. А. Медицинская лексика: основные свойства и тенденции развития. М. : КубГУ, 2003. 241 с.

2. Васильева Н. А., Самойленко Н. С., Васильев А. В. Функционирование медицинской терминологической лексики в отраслевых популярных СМИ // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики, 2020. С. 145–151.

3. Гроховская И. А., Файзиева Г. В. К проблеме интерпретации субстандартных лексических единиц медицинской направленности (на примере семантической группы «Органы человека») // Вестник Пятигорского государственного университета, 2019. № 1. С. 157–169.

4. Гроховская И. А. К проблеме семантической классификации субстандартных лексических единиц медицинской направленности // Гуманитарные исследования. 2020. № 4 (76). С. 37–44.

5. Гроховская И. А. Лексико-семантические характеристики субстандартных лексических единиц семантического поля «MEDICINE» / «МЕДИЦИНА»: прагматический и лингвокультурный аспекты (на материале английского и русского языков) // Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тверской государственный университет». 2023.

6. Карымшакова Т. Г. Особенности манипулятивного воздействия в ассиметричном медицинском дискурсе // Вестник БГУ, 2012. С. 42–46.

7. Палютина З. Р. Медицинская лингвистика как новое научное направление: проблемы становления и развития // Медицинский вестник Башкортостана. Уфа, 2013. С. 104–106.

8. Рябичкина Г. В. Социолексикограмматическая мысль в теоретических изысканиях составителей словарей британского лексического субстандарта конца XVIII – начала XX вв. // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета, 2008. № 3. С. 81–86.

9. Соломенникова Т. П. Социально-психологические и лингвистические аспекты функционирования профессиональной медицинской лексики // Вестник НГПУ, 2011. С. 74–81.

10. Файзиева Г. В., Гроховская И. А. К проблеме интерпретации субстандартных лексических единиц медицинской направленности (на примере семантической подгруппы голова человека) // Вестник Калмыцкого университета, 2021. № 1 (49). С. 91–97.

11. Филиппова Е. Ю. Этические аспекты медицинского сленга // Вестник ТПГУ, 2014. С. 99–102.

12. Шкарин В. В., Григорьева Ю. В., Горохова Н. М. О культуре использования научной медицинской лексики (терминологии) // Научно-практический журнал «Медикум», 2008. URL: https://www.medicum.nnov.ru/jor (дата обращения 13.07.2024).

13. Dirckx John H. Urines Are Cooking: Perspectives on Medical Slang and Jargon // e-PERSPECTIVES, 2004. P. 16–19.

14. Fox A. T., Fertleman M., Cahill P., Palmer R. D. Medical slang in British hospitals // Ethics and Behaviour, 2003.

15. Gyuro M. Humor and metaphors in medical language // Discourse and interaction, 2017. URL: https://journals.muni.cz/discourse-and-interaction/article/view/11506/10310 (дата обращения 18.07.2024).

16. Sadegh-Zadeh K. Medical Linguistics // Handbook of Analytic Philosophy of Medicine. Philosophy and Medicine, 2015. URL: https://doi.org/10.1007/978-94-017-9579-1 (дата обращения: 08.06.2024).

References

1. Abramova GA. Medical vocabulary: main features and development trends. M. : KubGU. 2003; 241 p. (In Russ.).

2. Vasil'eva NA, Samoilenko NS, Vasil'ev AV. Functioning of medical terminology vocabulary in industry popular media. *Actual'nie voprosy sovremennoy filologii i jurnalistiki = Topical issues of modern philology and journalism.* 2020. P. 145-151. (In Russ.).

3. Grokhovskaia IA, Fayzieva GV. To the problem of interpreting substandard lexical units of medical orientation (on the example of the semantic group "Human organs"). *Vestnik Pyatigorskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Pyatigorsk State University.* 2019;(1):157-169. (In Russ.).

4. Grokhovskaia IA. To the problem of semantic classification of substandard lexical units of medical orientation. *Gumanitarnie issledovaniya = Humanities Research.* 2020;(4):37-44. (In Russ.).

5. Grokhovskaia IA. Lexical-semantic characteristics of substandard lexical units of the semantic field “MEDICINE” / “МЕДИЦИНА”: pragmatic and linguocultural aspects (on the material of English and Russian). Dissertation for the degree of Cand. Sci. (Philology). Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education “Tver State University”. 2023. (In Russ.).

6. Karimshakova TG. Features of manipulative influence in asymmetric medical discourse. *Vestnik BGU = Bulletin of BSU.* 2012. P. 42-46. (In Russ.).

7. Palutina ZR. Medical linguistics as a new scientific direction: problems of formation and development. *Meditsinskiy vestnik Bashkortostana = Medical Bulletin of Bashkortostan.* Ufa. 2013. P. 104-106. (In Russ.).

8. Ryabichkina GV. Sociolexicogram thought in the theoretical research of compilers of dictionaries of the British lexical substandard of the late XVIII – early XX centuries. *Vestnik Pyatigorskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta = Bulletin of Pyatigorsk State Linguistic University.* 2008;(3):81-86. (In Russ.).

9. Solomennikova TP. Social-psychological and linguistic aspects of the functioning of professional medical vocabulary. *Vestnik NGPU = Bulletin of NSPU.* 2011. P. 74-81. (In Russ.).

10. Fayzieva GV, Grokhovskaia IA. To the problem of interpreting substandard lexical units of medical orientation (using the example of the semantic subgroup of the human head). *Vestnik Kalmitskogo universiteta = Bulletin of Kalmyk University.* 2021;(1):91-97. (In Russ.).

11. Filippova EU. Ethical aspects of medical slang. *Vestnik TPGU = Bulletin of TPSU.* 2014. P. 99-102. (In Russ.).

12. Shkarin VV, Grigor’eva UV, Gorokhova NM. On the culture of using scientific medical vocabulary (terminology). Scientific and practical journal “Medicum”. 2008. Available from: http://www.medicum.nnov.ru/jor. (In Russ.).

13. Dirckx John H. Urines Are Cooking: Perspectives on Medical Slang and Jargon. e-PERSPECTIVES; 2004. P. 16-19.

14. Fox A, Fertleman M, Cahill P, Palmer R. Medical slang in British hospitals. Ethics and Behaviour. 2003.

15. Gyuro M. Humor and metaphors in medical language. Discourse and interaction. 2017. Available from: https://journals.muni.cz/discourse-and-interaction/article/view/11506/10310.

16. Sadegh-Zadeh K. Medical Linguistics. Handbook of Analytic Philosophy of Medicine. Philosophy and Medicine. 2015. Available from: https://doi.org/10.1007/978-94-017-957.

Информация об авторах

Г. В. Файзиева — доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры английского языка и профессиональных коммуникаций.

И. А. Гроховская — кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка и профессиональных коммуникаций.

Information about the authors

G. V. Fayzieva — Doctor of Philology Sciences, Full Professor, Professor at the English language and Professional Communications Department.

I. A. Grokhovskaya — Candidate of Philological Sciences, Associate Professor at the English Language and Professional Communication Department.

Статья поступила в редакцию 09.07.2024; одобрена после рецензирования 20.09.2024; принята к публикации 24.09.2024.

The article was submitted 09.07.2024; approved after reviewing 20.09.2024; accepted for publication 24.09.2024.

Вклад авторов: 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.

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 141–147.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):141-147.

Научная статья

УДК 81`371

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-141-147

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ МАРКЕРЫ КОЛОРАТИВОВ В НАИМЕНОВАНИЯХ ПОМАДЫ С СЕМОЙ «ФРУКТЫ / ЯГОДЫ»

Цуй Сяоцин[1], **Александра Анатольевна Миронова**[2]

[1] Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет, Челябинск, Россия, 657606669@qq.com, 0009-0005-7401-1858

[2] Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет), Челябинск, Россия, mironovaaa@susu.ru, 0000-0001-5910-8567

Аннотация. В статье уделяется внимание лингвокультурным маркерам при номинации цвета в китайском и русском рекламном дискурсе. Показано, что в настоящее время перспективен подход к исследованию семантики цветовой лексики в контексте рекламы косметических продуктов. Именно при создании привлекательного образа такого продукта, как губная помада, маркетологи частотно фокусируются на ассоциациях желаемого цвета с фруктами и ягодами. Актуальным является описание значимых для китайских потребителей колоративов с семой «фрукты / ягоды» на фоне русских номинаций цвета. Материалом выступили 150 колоративов из каталогов китайской продукции, переведённых и на русский язык. Для выявления лингвокультурной информации китайские колоративы в избранной тематической группе были сопоставлены с русскими (145 номинаций цвета). Авторами предпринимается попытка рассмотреть колоративы с точки зрения современного лингвокультурологического подхода. Делается подробный обзор научных взглядов китайских и российских учёных на функционирование названий цветов в разных типах текстов. Отмечаются имеющиеся работы о колоративах в рекламной индустрии разных стран и на материале различных языков. Авторы научной статьи аргументированно продемонстрировали, как использование цветовых номинаций может влиять на эмоциональное воздействие и восприятие потенциальных потребителей. Выделены частотные наименования для каждого языка, что говорит о значимости соотнесения цвета с тем или иным фруктом / ягодой, выделением вызванных ими ассоциаций запаха, размера, оттенка, яркости, температуры, настроения и др. Сделаны попытки выявить лакуны при использовании названий цвета в структуре рекламного текста. В результате исследования и других семантических групп в рекламном дискурсе, предположительно, появится систематизированный набор колоративов, предусматривающих использование цветовых описаний фруктов и ягод в рекламе декоративной косметики. Полученные итоги научного исследования вносят вклад в развитие лингвокультурологии и лингвомаркетинга с опорой на особенности восприятия лексического уровня в языковом сознании носителей разных культур.

Ключевые слова: китайский язык, лингвокультурология, колоратив, лексико-тематическая группа, сема

Благодарности. Подготовлено при поддержке государственного проекта по привлечению иностранных специалистов КНР G2024042 Проект по привлечению иностранных специалистов.

Для цитирования: Сяоцин Ц., Миронова А. А. Лингвокультурные маркеры колоративов в наименованиях помады с семой «фрукты / ягоды» // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 141–147. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-141-147.

Original article

LINGUOCULTURAL MARKERS OF COLORATIVES IN NAMES OF LIPSTICKS WITH THE SEME “FRUITS / BERRIES”

Cui Xiaoqin[1], **Alexandra A. Mironova**[2]

[1]South Ural State Humanitarian Pedagogical University, Chelyabinsk, Russia, 657606669@qq.com, 0009-0005-7401-1858
[2]South Ural State University (national research university), Chelyabinsk, Russia, 0000-0001-5910-8567, mironovaaa@susu.ru

Abstract. The article pays attention to linguistic and cultural markers when nominating colors in Chinese and Russian advertising discourse. It is shown that currently a promising approach to studying the semantics of color vo-

© Сяоцин Ц., Миронова А. А., 2024

cabulary in the context of advertising cosmetic products. It is when creating an attractive image of a product such as lipstick that marketers often focus on associations of the desired color with fruits and berries. It is relevant to describe colors that are significant for Chinese consumers with the “fruit / berries” seme against the background of Russian color nominations. The material was 150 coloratives from catalogs of Chinese products, translated into Russian. To identify linguistic and cultural information, Chinese colors in the selected thematic group were compared with Russian ones (145 color nominations). The authors make an attempt to consider coloratives from the point of view of a modern linguocultural approach. A detailed review of the scientific views of Chinese and Russian scientists on the functioning of color names in different types of texts is made. The existing works on colors in the advertising industry of different countries and on the material of different languages are noted. The authors of the scientific article convincingly demonstrated how the use of color nominations can influence the emotional impact and perception of potential consumers. Frequency names for each language have been identified, which indicates the importance of correlating color with a particular fruit/berry, highlighting the associations they cause with smell, size, hue, brightness, temperature, mood, etc. Attempts have been made to identify gaps in the use of color names in the structure of advertising text. As a result of the study of other semantic groups in advertising discourse, a systematized set of coloratives will presumably appear, involving the use of color descriptions of fruits and berries in advertising of decorative cosmetics. The obtained results of the scientific research contribute to the development of linguoculturology and linguomarketing based on the peculiarities of perception of the lexical level in the linguistic consciousness of speakers of different cultures.

Keywords: Chinese language, linguoculturology, color language, lexical-thematic group, seme

Acknowledgments. Prepared with the support of the state project to attract foreign specialists of the People's Republic of China G2024042 Project to attract foreign specialists..

For citation: Xiaoqin C, Mironova AA. Linguocultural markers of coloratives in names of lipsticks with the seme “fruits / berries”. *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;(8(490):141-147. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-141-147.

Введение

В китайской культуре фрукты и ягоды традиционно ассоциируются с понятием здоровья и красоты благодаря богатому содержанию в них витаминов, минералов и антиоксидантов. Этот образ может быть связан с представлением о полезности потребления этих продуктов для улучшения внешнего вида и общего здоровья. Именно поэтому ассоциативные связи с фруктами и ягодами широко используются в рекламе декоративной косметики в Китае, предположительно для подчеркивания связи с натуральной красотой и здоровым образом жизни.

В контексте рекламы косметических продуктов использование цветов, ассоциирующихся с «фруктами» и «ягодами», имеет значительное значение для акцентирования естественности и эстетических характеристик продукции. Колористические решения, детерминированные конкретными фруктами и ягодами, служат для передачи эмоциональных и качественных аспектов.

Частотность колоративов в рекламном дискурсе при продвижении декоративной косметики отмечается многими исследователями. Рассматривается морфологическая сторона языкового средства, способы образования номинаций, стилистическая функция [3, 7]. В центре внимания научного описания оказываются не только русские наименования [1, 6, 13], но и лексемы цвета в других языках (английском, французском, испанском, португальском и др.). Сопоставительное изучение колоративов производилось учёными с разных позиций: лингвокультурологических, этнолингвистических, с позиций когнитивной лингвистики [4, 5, 14]. Постепенно фокус исследований колоративной лексики смещается в сторону китайского языка. В последние годы появляются работы китайских филологов, анализирующих колоративы с точки зрения лингвокультурной, этнической коннотации [10, 12]. Тезис, высказанный в работе «Цвет, цвет и культура» Ли Пином предстаёт базисом для нашего подхода к характеристике лингвокультурных маркеров: «Символическое значение цвета является национальным. Анализ значения категоризированных слов, принадлежащих к определённому языку, должен проводиться с учётом всей национальной идеографической системы и её культурного дискурса». Материалом для исследователей в основном являлись художественные тексты, паремии, фразеологизмы, соответственно, трудности перевода слов-цветообозначений [8, 11]. У каждого этноса мир играет своими красками, свои значимые цвета и оттенки, мифы о них, отражение в языковом сознании «цвета-прототипа». Так, А. Вежбицкая пишет о том, что прототипом для жёлтого цвета является солнце у славян [5], в китайском же мировосприятии это цвет императора.

По мнению учёных, цветонаименования представляют собой открытое множество и, как считает Р. М. Фрумкина, это обстоятельство служит одной из причин невозможности построения системы цветообозначений [13]. Именно рекламный дискурс, и в частности, предложения товаров декоративной косметики транслируют ежегодное пополнение новых лексем для обозначения «цвета мечты» [2, 11, 15].

В сфере косметики использование цветовых характеристик является особенно важным, поскольку оно способно создавать визуальные образы и эмоциональные реакции, что в свою очередь оказывает сильное воздействие на потребителей. Колоративы активно внедряются в рекламные кампании косметических продуктов, чтобы усилить их привлекательность и вызвать определённые ассоциации и восприятие у целевой аудитории.

Цель исследования заключается в проведении анализа и систематизации лексических элементов, применяемых для описания оттенков губных помад, в названиях которых фигурируют наименования ягод и фруктов.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что научному анализу подвергается важная часть номинаций в жизни человека — обозначение цвета с точки зрения лингвокультурологической маркированности и эффективности / неэффективности в рекламном дискурсе.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования итогов наблюдений в создании привлекательного рекламного продукта, включении примеров и комментариев в практику перевода и обучение русскому языку как иностранному.

Материалы и методы исследования

Shopee (虾皮购物) стал источником для исследовательской базы, было выделено 150 различных оттенков с семами «фрукты» и «ягоды», применяемых в косметических продуктах и упоминаемых в китайских рекламных материалах. Также для репрезентивности и чистоты выводов были выбраны 145 номинаций цвета с ядерными семами «фрукты» и «ягоды» из рекламы губной помады, размещённой на маркетплейсе «Золотое яблоко».

Цветовые аспекты в рекламе декоративной косметики на онлайн-площадках имеют важное значение для привлечения покупателей и повышения конверсии за счёт создания необходимой атмосферы, привлечения внимания и вызова требуемых эмоций у потенциальных клиентов. В данном исследовании анализируются особенности использования цветовых характеристик, связанных с фруктами и ягодами, в рекламных каталогах декоративной косметики, включая классификацию цветовых аспектов на структурные и семантические, а также оценка ограничений существующих тематических словарей.

С этой целью в работе были применены описательный метод и метод компонентного анализа при характеристики значения слов.

Лингвокультурная маркированность колоративов в китайской рекламе

Рекламные тексты стремятся использовать различные тематические группы для создания образности в цветовых наименованиях. Данная статья анализирует использование цветовых терминов в китайской рекламе декоративной косметики, учитывая семантическое поле «ягоды и фрукты», а также национальную культуру и объём заимствований цветообозначений. Фрукты и ягоды часто ассоциируются с определёнными свойствами или образами, и такие связи могут эффективно использоваться в рекламных кампаниях для усиления воздействия. В китайской культуре взгляды на эти плоды могут иметь собственные особенности. Например, цветок дикой яблони может символизировать женскую красоту в связи с популярной легендой о Ян Гуйфэй, известной как 海棠女 (Hǎi táng nǚ) или «Девушка с райскими яблоками». Слово «яблоко» 苹果 на китайском языке звучит так же, как 平 (píng), что означает «мир, умиротворение», поэтому яблоко скрывает в себе желание мира. Вместе с хурмой 柿 (shì) яблоко выражает пожелание успеха в делах (事 shì). Абрикосы 杏 символизируют женскую элегантность. Цвет женских губ часто сравнивают с вишневым 樱桃, что в целом ассоциируется с юной красотой. Груши 梨子 — это символ долголетия.

В сфере колоративов, связанных с терминами с семами «фрукты» и «ягоды», чаще всего встречаются многословные названия. Колоративы, состоящие из двух или более основ, можно разделить на две группы:

1) обозначающие оттенок цвета: вишневый (樱桃), белый персик (白桃), персиковый (蜜桃色), красная ягода (漿果紅);

2) обозначающие сложный цвет: синий ягодно-красный (藍調莓紅), туманно-розовый персик (霧粉桃), теплый коричневый цитрусовый (暖棕柑橘色), карамельно-коричневая хурма (焦糖棕柿).

Среди многообразных лексических единиц также выделяются колоративы, где основной акцент сосредоточен на использовании цветовых прилагательных: «Дымчатый персик» (煙熏桃), «Чистый розовый персик» (純慾嫩桃), «Дымчатая слива» (煙梅色), «Сладкая персиковая роза» (甜桃玫瑰), «Вишнево-мятный лёд» (樱桃薄荷冰). В каждом примере добавление дополнительных прилагательных создаёт усиление эффекта, делая уже существующие оттенки более яркими. Этот прием имеет долгую историю в маркетинговой коммуникации, влияет на восприятие цветовой номенклатуры и делает её более привлекательной и предпочтительной при выборе товара [1].

Наиболее распространённым семантическим полем в рекламе губной помады оказался «персик». В китайской культуре персик символизирует бессмертие и долгую, здоровую жизнь, он часто встречается в изобразительном искусстве и литературе. «Персик — источник жизни, поэтому в Китае его использовали для создания магических гирлянд из ветвей» [3]. Сема «персик» была обнаружена в 70 из 150 случаев в описании оттенков губной помады. Примеры наименований помады включают: «Персик в глазури» (糖霜蜜桃), «Белый персиковый улун» (白桃烏龍), «Мусс из белого персика» (白桃慕斯), «Обнажённый розовый персик» (裸調粉桃), «Сырный персик» (起司蜜桃), «Туманно-розовый персик» (霧粉桃), «Распускающийся персик» (蜜桃初露), 娇嫩的桃子(нежный персик), 天鹅绒般的桃子 (бархатистый персик), 粉红色的桃子 (розовый персик), 多汁的桃子 (сочный персик), 桃色辉光 (персиковое сияние) и другие [4].

По частотности употребления доминирует следующие названия фруктов и ягод:

1. Яблоко — 红苹果 красное яблоко, 成熟苹果 спелое яблоко, 多汁苹果 сочное яблоко, 甜苹果 сладкое яблоко.

2. Груша — 嫩梨 нежная груша, 熟夏梨 спелая летняя груша, 翡翠梨 изумрудная груша.

3. Абрикос — 淡杏 светлый абрикос, 暖杏 тёплый абрикос, 甜杏 сладкий абрикос, 杏腮红 абрикосовый румянец.

4. Клубника — 猩红的草莓 алая клубника, 新鲜的草莓 свежая клубника, 闪亮的草莓 сияющая клубника, 诱人的草莓 соблазнительная клубника.

5. Смородина — 浓郁的醋栗 насыщенно-смородиновый, 多汁的醋栗 сочная смородина, 清爽的醋栗 освежающая смородина.

6. Вишня — 樱桃唇 вишнёвые губки, 诱人的樱桃 манящая вишня, 迷人的樱桃 очаровательная вишня.

7. Земляника — 新鲜草莓 свежая земляника, 野草莓 лесная земляника, 甜草莓 сладкая земляника, 草莓新鲜度 земляничная свежесть.

8. Арбуз — 新鲜西瓜 свежий арбуз, 多汁西瓜 сочный арбуз, 清凉保湿西瓜 прохладный и увлажняющий арбуз, 绿松石西瓜 бирюзовый арбуз, 玉西瓜 нефритовый арбуз.

9. Дыня — 嫩瓜 нежная дыня, 蜜瓜 медовая дыня, 熟瓜 спелая дыня.

10. Банан — 香蕉鲜奶油 банановые взбитые сливки, 甜香蕉 сладкий банан, 成熟的香蕉 спелый банан.

11. Кокос — 热带椰子 тропический кокос, 椰子树荫 кокосовый оттенок, 天堂椰子 райский кокос, 芳香椰子 благоухающий кокос.

12. Дуриан — 异国情调的榴莲 экзотический дуриан, 热情的榴莲 страстный дуриан, 神秘的榴莲 загадочный дуриан.

13. Ананас — 闪亮的菠萝 сияющий ананас, 阳光明媚的菠萝 солнечный ананас, 成熟的菠萝 спелый ананас, 菠萝灵感 ананасовое вдохновение.

Символичность Hanzi, китайской письменности, наполненной множеством смыслов, играет важную роль в эффективной передаче коннотаций в рекламных текстах. Часто для обозначения оттенков цветов используются метафоры, что становится распространенной практикой, как например: «Туманный абрикос» (杏霧), «Клубничная корона» (皇冠草莓), «Клубничная луна» (草莓月亮).

При переводе для российских потребителей китайских товаров используются нередко такие номинации, как цвет «Чай из зимней дыни», «спелой папайи», «тропической папайи», «кокоса», «розовый личи», «морозный личи» Дословный перевод не даёт представления, какая эта будет группа цветов, конкретный цвет или оттенок.

Сопоставление китайских колоративов с русскими номинациями этой тематической группы транслирует наличие в русской рекламе помады таких цветов, как «облепиха», «морошка», тон «клюква», «брусника». При этом брусника может быть *сочная, со льдом, со сливками*. Самой же частотной из ягод в русских номинациях является «вишня» (65 единиц): «великолепная вишня», «пышная вишня», «роковая вишня», «пленительная вишня». Наличие прилагательного как раз и формирует ассоциативное восприятия цвета помады окружающими.

Так, выбор названий оттенков губной помады на основе тематики «фрукты / ягоды» в китайской рекламе можно рассматривать как высокоэффективное маркетинговое решение,

способствующее акцентированию насыщенности и выразительности цвета.

Это исследование представляет важный вклад в область преподавания китайского языка и создания учебных материалов. Его результаты могут послужить основой для обновления методик обучения китайскому языку и разработки более эффективных учебных материалов. Кроме того, анализ указывает на потенциальную возможность разработки учебных словарей, включающих контекстуальное использование слов и их частотность, что значительно облегчит процесс изучения китайского языка.

Использование слов с семами «фрукты» и «ягоды» в рекламе губной помады не только помогает передать оттенок и текстуру помады, но также создаёт положительные ассоциации у потребителей. Ассоциации с различными фруктами и ягодами могут вызывать у покупателей ощущение свежести, ярких цветов и приятных ароматов, что может поспособствовать увеличению визуальной и эмоциональной привлекательности продукта. Этот креативный подход не только привлечёт внимание целевой аудитории, но также может повысить продажи и укрепить восприятие бренда.

Заключение

Колоративы в рекламе являются мощным средством воздействия на потребителей, поскольку цвета могут вызывать различные ассоциации и эмоции у аудитории. В случае с косметической продукцией, использование цветовых обозначений, связанных с растениями и фруктами, позволяет создавать ассоциации с природой, свежестью, женственностью и красотой. Выбор цветов должен учитывать также культурные особенности целевой аудитории, поскольку ассоциации с цветами могут быть различными в разных культурах.

Таким образом, понимание семантики цвета и его воздействия на эмоции является ключевым фактором для формирования успешной рекламной стратегии. Рекламодатели, учитывающие эти особенности, могут создавать привлекательные и эффективные рекламные кампании, которые будут резонировать с целевой аудиторией и способствовать укреплению бренда.

Список источников

1. Василевич А. П., Мищенко С. С., Кузнецова С. Н. Цвет и его название: развитие лексики цветообозначения в современной России. Москва : Наука, 2005. 266 с.

2. Воронова М. В., Ершова Н. И. Типы колоративов в рекламных текстах. Огарев-Onlin. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tipy-kolorativov-v-reklamnyh-tekstah (дата обращения: 21.05.2024).

3. Зарытовская В. Н. Лексико-морфологические средства образования колоризмов в арабском языке // Вестник РУДН. Серия: ТЕОРИЯ ЯЗЫКА. СЕМИОТИКА. СЕМАНТИКА. 2017. Vol. 8. No 2. Pp. 448–453.

4. Василевич А. П. Исследование лексики в психолингвистическом эксперименте: на материале цветообозначений в языках разных систем. Москва: Наука, 1987. 139 с.

5. Вежбицкая А. Обозначения цвета и универсалии зрительного восприятия // Язык. Культура. Познание. Москва : Русские словари, 1996. 416 с.

6. Криницкая М. Ю., Ковалёва Т. В. СЛОВА-цветообозначения в русском языке (на примере наименований косметических товаров) // Baltic Humanitarian Journal. 2018. Т. 7. № 2 (23) С. 48–52.

7. Морженкова Н. В., Репникова В. С. Семантические и структурные аспекты англоязычных цветообозначений косметических продуктов // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2017. № 5. С. 168–174.

8. Гао Хайянь. Лингвострановедческий анализ русской лексики цветообозначения: На фоне китайского языка: автореферат ... канд. филол. наук. 10.02.01. Санкт-Петербург, 1999. 16 с.

9. Ли Ханг И. Категория цвета в китайском языке. Language Teaching and Research, 2004. С. 90–97.

10. Пэйхуа У Семантика цветообозначений в китайской и русской лингвокультурах: автореферат ... канд. филол. наук. Москва, 2021. 16 с.

11. Сун Чуньчунь, Чарыкова О. Н. Система колоративов в рекламных каталогах декоративной косметики // Вестник ВГУ. Серия Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2016. № 3. С. 30–32.

12. Фанбин Лю. Сопоставительное исследование лингвокультурных коннотаций имён основных цветов спектра в русском и китайском языках: автореферат диссертации ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2020. 24 с.

13. Фрумкина Р. М. Цвет, смысл, сходство. Аспекты психолингвистического анализа. М.: Наука, 1984. 175 с.

14. Щитова О. Г., Щитов А. Г., Хуа Кай. Когнитивное моделирование цветообозначений в русском и китайском языках // Вестник ТГПУ. 2018. № 6 (195). С. 81–87.

15. Symbols of China: Feng Jicai: Compendium: 2010. Pp. 34–36, 68.

References

1. Vasilevich AP, Mishhenko SS, Kuzneczova SN. Color and its name: development of color vocabulary in modern Russia. Moscow: Nauka, 2005. 266 p. (In Russ.).

2. Voronova MV, Ershova NI. Tipy` kolorativov v reklamny`x tekstax. Ogarev-Onlin= Ogarev-Online. Available at: https://cyberleninka.ru/article/n/tipy-kolorativov-v-reklamnyh-tekstah (accessed: 21.05.2024). (In Russ.).

3. Zary`tovskaya VN. Leksiko-morfologicheskie sredstva obrazovaniya kolorizmov v arabskom yazy`ke. *Vestnik RUDN. Seriya: TEORIYa YaZY`KA. SEMIOTIKA. SEMANTIKA. = RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics.* 2017;(8):448-453. (In Russ.).

4. Vasilevich AP. Issledovanie leksiki v psixolingvisticheskom e`ksperimente: na materiale czvetooboznachenij v yazy`kax razny`x system= Study of vocabulary in a psycholinguistic experiment: based on the material of color terms in languages of different systems. Moscow: Nauka, 1987. 139 p. (In Russ.).

5. Vezhbiczkaya A. Oboznacheniya czveta i universalii zritel`nogo vospriyatiya. Moscow: Russian dictionaries, 1996. 416 p. (In Russ.).

6. Kriniczkaya MYu, Kovalyova TV. SLOVA-czvetooboznacheniya v russkom yazy`ke (na primere naimenovanij kosmeticheskix tovarov). *Baltiyskiy Gumanitarnyy Zhurnal=Baltic Humanitarian Journal.* 2018;7(2(23)):48-52. (In Russ.).

7. Morzhenkova NV, Repnikova VS. Semanticheskie i strukturny`e aspekty` angloyazy`chny`x czvetooboznachenij kosmeticheskix produktov. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta= Bulletin of the Chelyabinsk State Pedagogical University.* 2017;(5):168-174. (In Russ.).

8. Gao Xajyan`. Lingvostranovedcheskij analiz russkoj leksiki czvetooboznacheniya: Na fone kitajskogo yazy`ka= Linguistic and regional analysis of Russian color vocabulary: Against the background of the Chinese language: abstr. dis. ... Cand. Sci. (Philology). Saint Petersburg, 1999. 16 p. (In Russ.).

9. Li Xang I. Kategoriya czveta v kitajskom yazy`ke= Color category in Chinese Language Teaching and Research, 2004:90-97 (In Russ.).

10. Pe`jxua U. Semantika czvetooboznachenij v kitajskoj i russkoj lingvokul`turax= Semantics of color terms in Chinese and Russian linguistic cultures: abstr. dis. ... Cand. Sci. (Philology). Moscow, 2021. 16 p. (In Russ.).

11. Sun Chun`chun`, Chary`kova ON. System of colors in advertising catalogs of decorative cosmetics. Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. *Seriya Lingvistika i mezhkul`turnaya kommunikaciya= Bulletin of Voronezh State University. Series Linguistics and Intercultural Communication.* 2016;(3):30-32. (In Russ.).

12. Fanbin Lyu. Sopostavitel`noe issledovanie lingvokul`turny`x konnotacij imen osnovny`x czvetov spektra v russkom i kitajskom yazy`kax= A comparative study of linguistic and cultural connotations of the names of the main colors of the spectrum in the Russian and Chinese languages: abstr. dis. ... Cand. Sci. (Philology). Ekaterinburg, 2020. 24 p. (In Russ.).

13. Frumkina RM. Color, meaning, similarity. Aspects of psycholinguistic analysis. Moscow: Nauka, 1984. 175 p. (In Russ.).

14. Shhitova OG, Shhitov AG, Xua Ka. Cognitive modeling of color terms in Russian and Chinese languages. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta= Bulletin of Tomsk State Pedagogical University.* 2018; (6(195):81-87. (In Russ.).

15. Symbols of China: Feng Jicai: Compendium: 2010. Pp. 34-36, 68.

Информация об авторах

Цуй Сяоцин — 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

Cui Xiaoqin — postgraduate student, Department of the Russian Language and Russian Language Teaching Methods.

A. A. Mironova — Doctor of Philology Sciences, Associate Professor, Professor at the Department of Russian as a Foreign Language.

Статья поступила в редакцию 06.05.2024; одобрена после рецензирования 27.06.2024; принята к публикации 24.09.2024.

Вклад авторов: авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The article was submitted 06.05.2024; approved after reviewing 27.06.2024; accepted for publication 24.09.2024

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

The authors declare no conflicts of interests.

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 148–156.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):148-156.

Научная статья

УДК 81`23

УДК 159.9.072.533

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-148-156

ВЛИЯНИЕ ИГРОВОГО ОПЫТА НА ВОСПРИЯТИЕ НЕГАТИВНЫХ КОНЦЕПТОВ (на примере понятий *плохо, смерть* и *зло*)

Станислава Витальевна, Ларцина[1]✉, Елена Андреевна, Юрина[2]

[1] Государственный институт русского языка имени А. С. Пушкина, Москва, Россия, stasya-200@list.ru, 0009-0008-8347-9710

[2] Государственный институт русского языка имени А. С. Пушкина, Москва, Россия, yourina2007@yandex.ru, 0000-0002-1552-1488

Аннотация. Всестороннее влияние компьютерных игр на когнитивные способности человека и его физиологические характеристики не поддаётся сомнению вследствие широкой изученности вопроса. В ряде работ как отечественных (Е. В. Галанина, К. Н. Дедулин, Н. А. Силантьев, В. В. Ермолаева), так и зарубежных (И. Эванс, К. Наугле, А. Овиспо, А. Калет, Б. Арнольд) исследователей отмечается потенциал применения игр как средства снятия напряжения. В связи с этим в статье выдвигается гипотеза, согласно которой игровой опыт оказывает релаксационное воздействие на реципиентов, которое можно отследить на языковом уровне, т. к. языковое сознание человека зависимо от социального воздействия. Предполагаемое воздействие компьютерных игр на человеческое восприятие может быть обнаружено при изучении ассоциативных полей, получаемых в качестве реакций на негативные слова-стимулы. Отследить наличие воздействия возможно при сравнении полученных экспериментальным путём ассоциативных полей с некоторой усреднённой «нормой», в качестве которой выступает «Славянский ассоциативный словарь». В качестве основного метода исследования выступает ассоциативный эксперимент, с помощью которого были получены реакции испытуемых на ряд негативных концептов — *плохо, смерть* и *зло*, входящих в языковое ядро носителей русского языка. В ходе проведения эксперимента были собраны реакции 31 респондента, играющего в компьютерные игры. Результаты обработки полученных данных не позволили однозначно подтвердить выдвинутую нами в начале исследования предварительную гипотезу о релаксационном воздействии игр на человека. Восприятие концептов в сравнении с данными ассоциативных словарей претерпело изменения. Сузился объём охватываемых тематик, откуда заимствуются ассоциации, а также выделяется новейшая группа реакций, напрямую вызванная влиянием интернет-пространства и игрового опыта на сознание человека. Нами были отмечены склонность реципиентов, увлекающихся компьютерными играми, рационализировать негатив, воспринимать его более нейтрально. По результатам анализа результатов эксперимента стало ясно, что лексика сетевого дискурса проникает в языковое сознание респондентов, играющих в компьютерные игры и причисляющих себя к игровому сообществу, и отражается на их образном мышлении.

Ключевые слова: ассоциативный эксперимент, компьютерные игры, концепты, языковая картина мира, психолингвистика, ассоциативное поле

Для цитирования: Ларцина С. В., Юрина Е. А. Влияние игрового опыта на восприятие негативных концептов (на примере понятий *плохо, смерть и зло*) // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 148–156. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-148-156.

© Ларцинаа С. В., Юрина Е. А., 2024

Original article

THE INFLUENCE OF GAMING EXPERIENCE ON THE PERCEPTION OF NEGATIVE CONCEPTS (using the concepts of *bad, death* and *evil* as an example)

Stanislava V. Lartsina[1✉], **Elena A. Yurina**[2]

[1]Pushkin State Russian Language Institute, Moscow, Russia, stasya-200@list.ru, 0009-0008-8347-9710

[2]Pushkin State Russian Language Institute, Moscow, Russia, yourina2007@yandex.ru, 0000-0002-1552-1488

Abstract. The comprehensive impact of computer games on human cognitive abilities and physiological characteristics is beyond doubt due to the extensive study of the issue. In a number of works by both domestic (E. V. Galanina, K. N. Dedulin, N. A. Silantyev, V. V. Ermolaeva) and foreign (E. Evans, K. Naugle, A. Ovispo, A. Kaleth, B. Arnold) researchers, the potential of using games as a means of stress relief is noted. In this regard, the article puts forward a hypothesis according to which the gaming experience has a relaxing effect on the recipients, which can be traced at the linguistic level, since the linguistic consciousness of a person depends on social influence. The supposed effect of computer games on human perception can be detected by studying associative fields obtained as reactions to negative stimulus words. It is possible to track the presence of an impact by comparing the experimentally obtained associative fields with some average "norm", which is the "Slavic Associative Dictionary". The main research method is an associative experiment, which was used to obtain the reactions of the subjects to a number of negative concepts – *bad, death* and *evil*, which are part of the linguistic core of native Russian speakers. During the experiment, the reactions of 31 respondents playing computer games were collected. The results of processing the obtained data did not allow us to unequivocally confirm the preliminary hypothesis put forward by us at the beginning of the study about the relaxation effect of games on humans. The perception of concepts in comparison with the data of associative dictionaries has undergone changes. The scope of the topics covered has narrowed, from where associations are borrowed, and the newest group of reactions is highlighted, directly caused by the influence of the Internet space and gaming experience on human consciousness. We have noted the tendency of recipients who are fond of computer games to rationalize the negative, to perceive it more neutrally. Based on the analysis of the results of the experiment, it became clear that the vocabulary of online discourse penetrates into the linguistic consciousness of respondents who play computer games and consider themselves to be part of the gaming community, and is reflected in their imaginative thinking.

Keywords: associative experiment, computer games, concepts, linguistic worldview, psycholinguistics, associative field

For citation: Lartsina SV, Yurina EA. The influence of gaming experience on the perception of negative concepts (using the concepts of *bad, death* and *evil* as an example). *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;(8(490): 148-156. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-148-156.

Введение

Разного рода игры оказывают значительное влияние на человеческую жизнь. С ними человек сталкивается с юных лет, когда им отводится роль развивающего средства. Затем к их помощи постоянно прибегают во время учебного процесса. В зрелом возрасте компьютерные игры — это один из наиболее популярных, но вместе с тем и спорных способов времяпрепровождения, чьи преимущества и недостатки до сих пор остаются предметом оживлённых дискуссий, как отмечает Н. В. Богачева [2]. Обсуждения многих современных исследователей, как отечественных, так и зарубежных, посвящены положительному влиянию компьютерных игр на человека. В частности, на развитие навыков, связанных со взаимодействием с социумом [9], на когнитивные способности человека [5] и на скорость восприятия информации [13]. Вместе с тем, предпринимаются попытки с опорой на физиологические реакции человеческого организма получить квантитативные данные, чтобы определить, какое же в точности воздействие оказывают игры на человека, и какие именно виды игр [6]. Активно ведутся обсуждения о положительном или отрицательном влиянии компьютерных игр на образовательный процесс [4]. К конструктивным преимуществам такого новшества относится более эффективное развитие коммуникативных умений учащихся [16].

Ведутся, в том числе, и дискуссии о том, могут ли игры оказывать терапевтическое воздействие на людей. К примеру, в монографии под редакцией Е. В. Галаниной [4] рассматривается польза компьютерных игр как корректирующего средства при ментальных расстройствах на примере ребёнка с нарушенными коммуникативными навыками. По замечаниям учёных, именно игры поспособствовали «улучшению его самооценки и эмоциональной саморегуляции» [4, с. 86].

Действительно, компьютерные игры широко применяются в медицине. Они помогают как купировать боль при некоторых соматических заболеваниях [14], так и благоприятствуют избавлению от депрессии и СДВГ (синдрома дефицита внимания и гиперактивности).

На данный момент до конца не изучено, как именно компьютерные игры воздействуют на наше сознание, если воздействуют вообще, и тем самым **актуальность** исследования обусловлена стремлением внести свой вклад в разрешение этого вопроса.

Для того, чтобы исследовать этот вопрос, необходимо обратить внимание на опыт, накопленный психолингвистикой за годы её существования и, прежде всего, на язык и его природу. Согласно Н. Хомскому, язык — это своего рода ключ к человеческому сознанию. Он акцентировал внимание на том, что «исследование языка вполне может <…> предложить весьма благоприятную перспективу для изучения умственных процессов человека» [11, с. 115]. Более того, в исследованиях, посвящённых языковой картине мира, подчёркивается, что «каждый естественный язык отражает определённый способ восприятия и организации мира» [1, с. 38–39], а Н. В. Уфимцева отмечала, что язык — это «...лишь то, в чём и при помощи чего сознание существует» [8, с. 109].

В связи с указанными идеями нам представляется перспективным предпринять попытку зафиксировать изменения, происходящие в сознании человека вследствие воздействия компьютерных игр на его языковое сознание. Для этого необходимо обратиться к психолингвистическим методам исследования. Возможность проследить влияние игр на восприятие мира человеком обусловлена социальной природой языкового сознания, а также тем, что его содержание изменчиво и может «в зависимости от общественных и исторических факторов иметь различное содержательное выражение» [10, с. 5].

Цель статьи — выявить, какое воздействие оказывает игровой опыт на восприятие негативных концептов. Кроме того, нами выдвинута **предварительная гипотеза исследования**, согласно которой игровой опыт оказывает релаксационное воздействие на реципиентов, которое можно проследить на языковом уровне, обратившись к ассоциативному эксперименту. В таком случае, воздействие должно выражаться в качественном изменении ассоциативных полей, получаемых в качестве реакции на слова-стимулы. Для того, чтобы определить, имеет ли место в данном случае какое-либо воздействие, полученные экспериментальным путём ассоциативные поля были сопоставлены с «нормой», зафиксированной в ассоциативных словарях.

Материалы и методы исследования

В качестве основного метода текущего исследования выступает **ассоциативный эксперимент**. В ходе его проведения мы получили ассоциативное поле, под которым следует понимать «функциональную психолингвистическую модель, фиксирующую связи слов, выявленные экспериментально» [3, с. 54]. Именно благодаря ассоциативному полю, формируемому при проведении ассоциативного эксперимента, возможно отследить актуальное состояние сознания говорящего на момент коммуникации.

Кроме того, использовались **общенаучные методы** анализа, синтеза, обобщение. Также в ходе исследования мы прибегли к **моделированию**, т. к. полученные ассоциативные поля — это, прежде всего, модели ассоциативных полей людей, играющих в компьютерные игры.

Дизайн ассоциативного эксперимента

При проведении ассоциативного эксперимента была использована платформа «Google Forms». Выбор именно этой цифровой платформы обусловлен интуитивной наглядностью пользовательского интерфейса, благодаря которой возможно проведение эксперимента среди широкой аудитории, не обладающей специальной технической подготовкой. Более того, инструментарий платформы обладает широким функционалом и позволяет визуализировать полученные данные для их дальнейшей интерпретации. Подобным преимуществам нашли применение в педагогическом направлении. Нестандартные способы задействовать Google Forms на занятиях по языку разрабатывают как отечественные [7], так и зарубежные [15] педагоги-исследователи, повсеместно подчёркивающие внушительный потенциал платформы как цифрового инструмента.

Ассоциативный эксперимент включал в себя два этапа. На первом этапе исследования респондентам было предложено ответить на три вопроса, в ходе которых производился сбор биосоциальных данных (рис. 1).

Далее осуществлялся переход к промежуточной секции, содержащей краткое описание эксперимента, в частности, задач, которые предстояло выполнить участникам. В промежуточной

секции также были описаны прочие рекомендации к его прохождению (рис. 2).

В структуру второго этапа включены три слова-стимула, каждое из которых последовательно выводилось на экране по одному при нажатии участником эксперимента кнопки «Next» (next). Таким образом, респонденты не могли видеть следующие слова-стимулы заранее, что должно было обеспечить спонтанность ответов и получение первой реакции (рис. 3).

Для проверки гипотезы о релаксационном воздействии игр на реципиентов были отобраны только те концепты, которые содержат пейоративную коннотацию и при этом входят в список

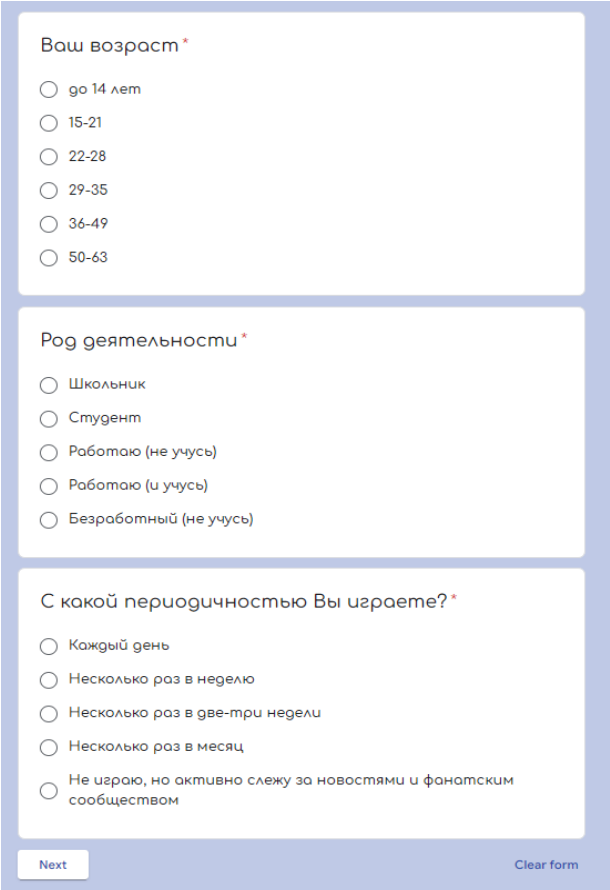


Рис. 1. Первый этап эксперимента
Fig. 1. The first stage of the experiment

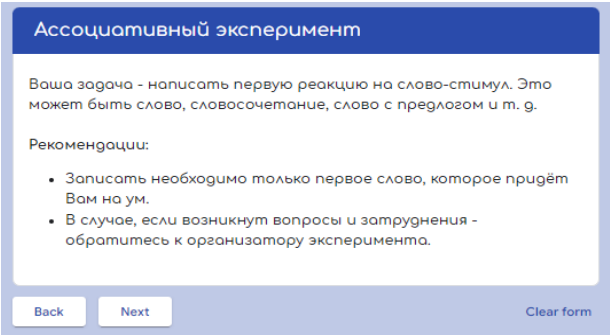


Рис. 2. Промежуточная секция с пояснениями
Fig. 2. The intermediate section with instructions

из 50 первых слов ядра языкового сознания, согласно «Славянскому ассоциативному словарю»[1] (САС) под ред. Н. В. Уфимцевой. Это позволило ограничить перечень выносимых в эксперимент понятий. Таким образом, испытуемым было предложено записать свою первую реакцию на следующие слова: *плохо, смерть, зло*. Каждое из них выводилось на экран по очереди, сменяясь последовательно при нажатии «Next». Записывая первую реакцию на слово-стимул, испытуемый не знал, какие слова будут высвечиваться далее. Подобная последовательность была необходима для того, чтобы исключить фактор взаимовлияния вынесенных в экспериментальную часть испытания концептов.

Полученные в ходе нашего эксперимента реакции были сопоставлены с теми данными, которые представлены в «Славянском ассоциативном словаре». При этом материалы последнего выступали в качестве усреднённой нормы.

Обсуждение результатов эксперимента

Ассоциативный эксперимент был проведён среди пользователей Интернета и студентов Государственного института русского языка имени А. С. Пушкина, играющих в компьютерную игру

[1] Славянский ассоциативный словарь: русский, белорусский, болгарский, украинский. Москва: МГЛУ-Ияз РАН, 2004. С. 6–7.

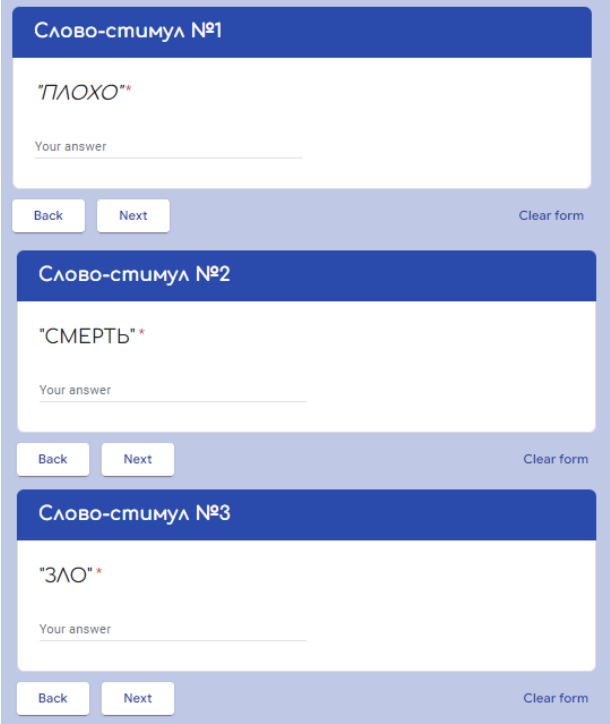


Рис. 3. Второй и заключающий этап эксперимента
Fig. 3. The second one and the final stage of the experiment

Genshin Impact или активно интересующихся новостями игрового мира. Всего в эксперименте принял участие 31 реципиент. Одна анкета была исключена в связи с нарушением условий проведения ассоциативного эксперимента (была приведена не первая реакция на слово-стимул, участник ответил в образе выдуманного персонажа). Распределение полученных биосоциальных данных представлено на иллюстрации (рис. 4).

Из полученных на первом этапе эксперимента данных следует, что большая часть выборки представлена людьми в возрасте от 15 лет до 21 года (66,7 %). Меньшинство — респонденты в возрасте от 22 до 28 лет (23,3 %) и младше 14 лет (10 %). Более чем половину респондентов составили неработающие студенты (53,3 %), а следующие по процентному соотношению — трудоустроенные люди (16,7 %) и школьники (16,7 %). Наименьшую долю среди респондентов составили одновременно работающие и учащиеся.

Половина испытуемых играет ежедневно. Почти треть респондентов играет хотя бы несколько раз в неделю (26,7 %). Оставшиеся участники (в сумме составили 6,6 %) запускают игру с гораздо меньшей периодичностью — всего несколько раз в две-три недели или в месяц. Примечательно, что к игровому процессу ежедневно возвращается достаточно большое количество испытуемых. Это объясняется тем, что Genshin Impact — игра жанра «гача», которая построена на получении персонажей, доступных только в ограниченный период времени. Для приобретения необходима игровая валюта, которую можно получить при внесении денежных средств, либо бесплатно при выполнении возобновляемых раз в сутки квестов.

Следующая по убыванию категория участников эксперимента составляет 16,7 % и представлена людьми, которые не играют в Genshin Impact, но активно следят за новостями игрового мира, а также причисляют себя к сообществу фанатов игры.

Результаты ассоциативного эксперимента были представлены по образцу модели построения словарной статьи в «Славянском ассоциативном словаре».

ПЛОХО: хорошо 12; пустота, бывает, ладно, мало, насилие, неудача, плохо, прорвёмся, работа, смайл с грустным лицом, стресс, Чжун ли, беда, грех, что-то сделано плохо, не прошёл этаж в бездне, надо сделать лучше / повысить результат, молчат дома 1.

СМЕРТЬ: конец, жизнь 2; воскрешение, всего лишь миг, выжить, грустно, кладбище, коса, пустота, перерождение, плохо, повысить силу / повторить попытку с новой стратегией, дабы не встретить смерть снова, респавн, Скарамуш, старуха, трагедия, умерли все персонажи при прохождении еженедельного босса, цикл, череп, горе, жесть, картинка со смертью в маске белой, могила, пустошь, таро, тетрадь, утрата, яд 1.

ЗЛО: доброта 4; жизнь, плохо 2; Барбара, враг, Дисней, есть во всех, игра, не объективно,

Рис. 4. Сводка по собранным биосоциальным данным
Fig. 4. Summary of the biosocial data collected

необходимость, нуль, победить, регион Сумеру, смайл со злым личиком, существует, убить, бездна, бог, демоны, добро, дьявол, ересь, злодей, печеньки на этой стороне, человечество 1.

Полученные в ходе эксперимента реакции отчётливо распределяются по трём группам, которые для удобства были представлены в виде приведённой ниже таблицы (табл. 1).

В группу «стандартные слова» были включены все полученные реакции, которые наблюдались как в нашем эксперименте, так и в «Славянском ассоциативном словаре». «Новые реакции» отсутствуют в последнем, они были зафиксированы только в рамках настоящего эксперимента. Игровая, компьютерная и сетевая лексика — это все новые полученные реакции, запечатлевшие персонажей, игровые механики, а также *мемы*, являющиеся новшеством, характерным сетевому и интернет-дискурсу и активно изучаемому в современных научных трудах [12].

В ходе обработки результатов эксперимента было обнаружено, что ответы многих реципиентов не отклоняются от словарной нормы и во многом совпадают с теми, которые были зафиксированы составителями САС. Тем не менее, имеются и отличия, которые мы рассмотрим подробнее.

1. Среди новых реакций к стимулу *плохо* были выявлены дополнительные лексемы, объединённые общим значением готовности принятия ситуации (*бывает, ладно*) и решимости к исправлению возникшей проблемы (*прорвёмся, надо сделать лучше / повысить результат*). Подобные реакции наблюдаются и в САС (например, *ничего!, переживем*). Примечательно, что в САС отсутствует полученная в нашем эксперименте реакция *бывает*, но есть *не бывает.*

Четыре реакции описывают явления, которые могут использоваться для оценки негативного воздействия на психическое или соматическое здоровье человека в повседневной жизни (*насилие, стресс, работа, что-то сделано плохо*). В САС присутствует реакция *работать*, но не существительное *работа*.

Реакция *молчат дома* отсылает на название музыкальной группы и не является чем-то неожиданным. Наименования мифологических существ, а также существующих в действительности общественных организаций и отдельных эпизодов многосерийных телефильмов представлены, в том числе, и среди слов-реакций в САС.

2. Стимул *смерть* вызвал наибольшее количество ассоциаций из игрового, компьютерного и сетевого дискурсов. Причиной тому может быть присутствующая во многих играх, в том числе и в Genshin Impact, механика смерти персонажа с последующим его воскрешением. Этим объясняется появление среди полученных реакций устоявшегося в среде геймеров англицизма — *респавн* (от англ. respawn — воскрешение). Также были получены ассоциации, связанные с современными мультимедийными продуктами, в частности, с аниме-сериалами (например, *тетрадь* «смерти»).

Таблица 1
Table 1

Распределение полученных ассоциаций по группам

	Стандартные слова	**Игровая, компьютерная, сетевая лексика**	**Новые реакции**
Плохо	Хорошо, неудача, плохо, беда	Смайл с грустным лицом, Чжун ли, не прошёл этаж в бездне	Пустота, мало, насилие, работа, стресс, грех, молчат дома, надо сделать лучше / повысить результат, прорвёмся, бывает, ладно, что-то сделано плохо
Смерть	Конец, жизнь, воскрешение, кладбище, коса, пустота, плохо, старуха, трагедия, череп, горе, могила, утрата, яд	Повысить силу / повторить попытку с новой стратегией, дабы не встретить смерть снова, респавн, Скарамуш, умерли все персонажи при прохождении еженедельного босса, картинка со смертью в маске белой, тетрадь	Всего лишь миг, выжить, грустно, перерождение, цикл, пустошь, таро, не объективно, жесть
Зло	Доброта, плохо, враг, существует, убить, бог, человечество, дьявол	Барбара, Дисней, игра, регион Сумеру, смайл со злым личиком, бездна, злодей, печеньки на этой стороне	Жизнь, есть во всех, необходимость, нуль, злодей, победить, демоны, ересь

Количество совпадающих с САС реакций для концепта *смерть* больше, чем для двух остальных слов-стимулов. Почти все они несут негативную коннотацию, за исключением *воскрешения* и *жизни*. Зафиксированы составляющие устоявшегося образа персонифицированной смерти — старухи с косой (реакции *старуха* и *коса*).

3. Концепт *зло* вызвал среди реципиентов большое количество религиозных ассоциаций. Реакция *ересь* в САС была зафиксирована для слова-стимула *говорить*, но не для *зло*. Реакция *демоны* в САС присутствует только в единственном числе, в эксперименте же была зафиксирована множественная форма. Остальные реакции, связанные с религиозными мотивами, *бог* и *дьявол* — также были зафиксированы в САС. Подобное явление объясняется тем, что в играх зачастую задействуются образы сверхъестественных религиозных существ, в том числе и в Genshin Impact, в которую играли участники эксперимента. Ещё одна новая реакция — *победить*. В САС реакция *победить* также была зафиксирована, но для слова-стимула *добро*. Другие новые реакции связаны с принятием зла как естественного явления жизни: *есть во всех, необходимость*.

Стоит также отметить, что образ зла переплетается у респондентов с популярными интернет-мемами. Реакция *печеньки на этой стороне* — это модифицированный мем «переходи на сторону зла, у нас есть печеньки!». Ассоциирование «зла» с сердитым эмодзи, а «плохого» — с грустным — тоже следствие внедрения элементов сетевого дискурса в языковое сознание человека, проявляющееся в воздействии на его образное мышление.

Здесь также впервые возникает реакция *злодей*, которая отсутствует в САС для слова-стимула «зло», но была получена в ходе эксперимента. Возникновение такой реакции может быть обусловлено тем, что в проблематике многих игр лежит дихотомия добра и зла, выраженная как противостояние протагониста (героя) и антагониста (злодея). Заслуживает внимание то, что реакция *злодей* в САС была зафиксирована, но для слов-стимулов *враг, жадный, мужчина и ненавидеть*.

Участники эксперимента проявили более спокойное отношение к негативным концептам. Слово-стимул *плохо* в 12 случаях из 30 вызывает противоположное ему *хорошо*, а новым реакциям свойственна когнитивная переоценка концепта *плохо*. Смерть воспринимается не только как неизбежный финал жизни (*конец, пустота, плохо, трагедия, грустно, жесть*) с сопутствующими ритуальными похоронными образами (*кладбище, могила*). Она становится неоднородной, предстаёт в виде разных образов. *Смерть* — это и гадальные карты *таро*, и герои известных в определённых кругах произведений. Например, респонденты назвали антагониста из американской серии фильмов «Крик» в чёрном плаще и белой маске, а также персонажей игры Genshin Impact. Смерть воспринималась выборкой респондентов скорее циклично — в любой игре она сосуществует с возрождением, а среди новых реакций отмечается понимание смерти не только как мучительного и горестного события, но и как быстрого мгновения (*всего лишь миг*) или препятствия, которое можно обойти (*выжить*).

Концепт *зло* в языковом сознании реципиентов с игровым опытом постепенно теряет обширность охватываемых сфер жизни. Оно сводится к конкретным наименованиям (персонажи игры, корпорации, игровые механики, мемы), а также воспринимается как само собой разумеющееся. Согласно данным САС, зло для реципиентов разнообразно: оно ассоциируется с любовью, местью, коварством, деньгами, вечностью, стихией огня и т. д.

Выводы

В ходе исследования было обнаружено, что игровой опыт действительно оказывает воздействие на восприятие негативных концептов, а анализ полученных экспериментальным методом ассоциативных полей позволил определить характер этого воздействия.

Полученные экспериментально данные не позволили однозначно подтвердить выдвинутую в начале исследования предварительную гипотезу о релаксационном воздействии игр на человека. Тем не менее, восприятие негативных концептов в сравнении с данными ассоциативных словарей претерпело изменения. Сузился объём охватываемых тематик, откуда заимствуются ассоциации, а также выделяется новейшая группа реакций, напрямую вызванная влиянием интернет-пространства и игрового опыта, в частности, на сознание человека.

Нами были отмечены склонность реципиентов с игровым опытом рационализировать негатив, воспринимать его менее категорично и более нейтрально. Помимо этого, результаты ассоциативного эксперимента позволили выявить, что лексика сетевого дискурса проникает в языковое сознание респондентов, играющих в компьютерные игры и причисляющих себя к игровому сообществу, и отражается на их образном мышлении.

Список источников

1. Апресян Ю. Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания // Вопросы языкознания. 1995. № 1. С. 37–67.

2. Богачева Н. В., Войскунский А. Е. Компьютерные игры и креативность: позитивные аспекты и негативные тенденции // Современная зарубежная психология. 2017. Т. 6. № 4. С. 29–40.

3. Бурнаева К. А. Ассоциативное поле как способ моделирования фрагмента языкового сознания // Lingua Mobilis. 2011. № 6 (32). С. 51–58.

4. Галанина Е. В. Видеоигры: введение в исследования. Томск : Издательский Дом Томского государственного университета, 2018. 396 с.

5. Дедулин К. Н., Силантьев Н. А., Ермолаева В. В. Влияние компьютерных игр на разум человека // Тенденции развития науки и образования. 2019. № 56 (2). С. 33–35.

6. Лашина Т. С. Цифровой образовательный ресурс — компьютерная игра. Исследование. Польза и вред // Современные проблемы науки и образования. 2021. № 6. URL: https://science-education.ru/ru/article/view?id=31407 (дата обращения: 05.09.2024).

7. Романова Н. Н., Амелина И. О. Работа с аудиовидеоматериалами как вид самостоятельной работы иностранных студентов при обучении русскому деловому общению // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2016. № 2 (19). С. 130–138.

8. Уфимцева Н. В. Языковое сознание: динамика и вариативность. М.: Институт языкознания РАН, 2011. 252 с.

9. Фадеев И. В. Влияние компьютерных игр на социализацию людей // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019. № 4–2. С. 25–28.

10. Хилханова Э. В., Санжеева Л. Ц. Языковые контакты и языковое сознание: некоторые теоретические рассуждения // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2019. Т. 10. № 4. С. 1–9.

11. Хомский Н. Язык и мышление / пер. с. англ. Б. Ю. Городецкого, под ред. В. В. Раскина, пред. В. А. Звегинцева // Москва: Издательство Московского университета, 1972. 122 с.

12. Чжун В., Ларцина С. В. Особенности речевого поведения представителей субкультур в сетевом дискурсе // Гуманитарные технологии в современном мире: сборник статей XII Международной научно-практической конференции (15–19 мая 2024 года). Калининград: Полиграфычъ, 2024. (в печати).

13. Boot W., Blakely D., Simons D. Do Action Video Games Improve Perception and Cognition? // Frontiers in Psychology. 2. 2021. 226 p. DOI: 10.3389/fpsyg.2011.00226.

14. Evans E., Naugle K., Ovispo A., Kaleth A., Arnold B. Active Virtual Reality Games Reduce Pain Sensitivity in Young, Healthy Adults // Frontiers in Virtual Reality. Vol. 2. 2021. DOI: 10.3389/frvir.2021.772293.

15. Glover M. Google Forms can stimulate conversations in discussion-based seminars? An activity theory perspective. South African Journal of Higher Education. 2020. № 34. DOI: 10.20853/34-1-2814.

16. Reinders H., Wattana S. Learn English or die: The effects of digital games on interaction and willingness to communicate in a foreign language // Digital Culture and Education. 2011. 3. Pp. 4–28.

References

1. Apresyan YuD. The image of man: An experiment in systemic description based on linguistic data. *Voprosy Jazykoznanija = Topics in the Study of Language.* 1995;1:37-67. (in Russ.).

2. Bogacheva NV. Komp'yuternye igry i kreativnost': pozitivnye aspekty i negativnye tendentsii = Computer games and creativity: the positive aspects and negative trends. *Sovremennaya zarubezhnaya psikhologiya = Journal of Modern Foreign Psychology.* 2017;6(4):29-40. (in Russ.).

3. Burnaeva KA. Assotsiativnoe pole kak sposob modelirovaniya fragmenta yazykovogo soznaniya = Associative field as a way to model a fragment of linguistic consciousness. *Lingua Mobilis.* 2011;6(32):51-58. (in Russ.).

4. Galanina EV. Videoigry: vvedenie v issledovaniya = Video Games: An Introduction to Research. Tomsk. Izdatel'skiy Dom Tomskogo gosudarstvennogo universiteta = Tomsk State University journal. 2018. 396 p. (in Russ.).

5. Dedulin KN. Vliyanie komp'yuternykh igr na razum cheloveka = The influence of computer games on the human mind. *Tendentsii razvitiya nauki i obrazovaniya = Trends in the development of science and education.* 2019;56(2):33-35. (in Russ.).

6. Lashina TS. Tsifrovoy obrazovatel'nyy resurs - komp'yuternaya igra. Issledovanie. Pol'za i vred = The digital educational resource is a computer game. Research. Benefits and harm*s. Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya = Modern problems of science and education.* 2021. Vol. 6. Available at: https://science-education.ru/ru/article/view?id=31407 (accessed 05.09.2024). (in Russ).

7. Romanova NN. Working with audio and video materials as a type of independent work of foreign students in teaching Russian business communication. Izvestiâ Ûgo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. *Seriâ Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the South-West state university. Linguistics & Pedagogics.* 2016;2(19):130-138. (in Russ).

8. Ufimtseva NV. Yazykovoe soznanie: dinamika i variativnost' = Linguistic consciousness: dynamics and variability. Moscow. *Institut yazykoznaniya RAN = Linguistics Institute*. 2011. 252 p. (in Russ).

9. Fadeev IV. Influence of computer games on the socialization of people. *Mezhdunarodnyy zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk = International journal of humanities and natural sciences.* 2019.;4(2):25-28. (in Russ).

10. Khilkhanova EV. Language contacts and linguistic consciousness: some theoretical considerations. Mir nauki. *Sotsiologiya, filologiya, kul'turologiya = World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies.* 2019;10(4):1-9. (in Russ).

11. Chomsky N. Language and Mind. Moscow. Izdatel'stvo Moskovskogo universiteta = Moscow University Press, 1972. Vol. 2. 122 p. (in Russ).

12. Chzhun V. Peculiarities of speech behavior of representatives of subcultures in network discourse. Gumanitarnye tekhnologii v sovremennom mire: sbornik statey XII Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (15-19 maya 2024 goda) = Humanitarian Technologies in the Modern World: Collection of articles of the 12th International Scientific and Practical Conference (May 15-19, 2024). Kaliningrad; Poligrafych, 2024. (in print). (in Russ).

13. Boot W. Do Action Video Games Improve Perception and Cognition? Frontiers in Psychology. 2. 2021. 226 p. 10.3389/fpsyg.2011.00226.

14. Evans E. Active Virtual Reality Games Reduce Pain Sensitivity in Young, Healthy Adults. Frontiers in Virtual Reality. 2021. Vol. 2. DOI: 10.3389/frvir.2021.772293.

15. Glover M. Google Forms can stimulate conversations in discussion-based seminars? An activity theory perspective. South African Journal of Higher Education. 2020. 34. 10.20853/34-1-2814.

16. Reinders H. Learn English or die: The effects of digital games on interaction and willingness to communicate in a foreign language. Digital Culture and Education. 2011. 3. Pp. 4-28.

Информация об авторах

С. В. Ларцина — аспирант, кафедра методики преподавания русского языка как иностранного.

Е. А. Юрина — доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры общего и русского языкознания.

Information about the authors

S. V. Lartsina — postgraduate student, Department of Methods of Teaching Russian as a Foreign Language.

E. A. Yurina — Doctor of Philology Sciences, Professor, Professor, Department of General and Russian Linguistics

Статья поступила в редакцию 11.12.2023; одобрена после рецензирования 05.06.2024; принята к публикации 24.09.2024.

The article was submitted 11.12.2023; approved after reviewing 05.06.2024; accepted for publication 24.09.2024.

Вклад авторов: 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.

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 157–165.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):157-165.

Научная статья

УДК 80

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-157-165

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ В РОССИЙСКИЕ ВУЗЫ: ЭФФЕКТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ВЕРБАЛЬНОГО И НЕВЕРБАЛЬНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Наталья Сергеевна Олизько[1], Ксения Владимировна Юдина[2]✉

[1] Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, olizko@yandex.ru, 0000-0001-6241-6093

[2] Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, yudinak14@gmail.com, 0009-0005-7511-3119

Аннотация. Представленная статья посвящена рассмотрению ведущих направлений исследования привлекательности вуза, реализуемых в медиапространстве в последнее десятилетие. Материалом для практического анализа выступают российские высшие учебные заведения на международном рынке образования, использующие разнообразные медиатехники привлечения внимания иностранных студентов. В современных условиях отмечается тенденция к глобализации и интернационализации, сопровождающаяся увеличением числа иностранных студентов, стремящихся получить образование за пределами своих стран. Иностранные студенты выбирают высшие учебные заведения не только на основе их академической репутации, но также по тому, насколько университет создаёт комфортные условия для обучения и интеграции иностранных студентов. Социальные сети, официальные сайты образовательных организаций и другие информационные каналы выступают основным источником информации о вузе. С целью обеспечения конкурентоспособности на международном рынке образования университеты сталкиваются с необходимостью использования разнообразных медиатехник привлечения внимания иностранных студентов на данных медиаплатформах. В связи с изменением современных мировых тенденций высшие учебные заведения Российской Федерации расширяют круг потенциальных абитуриентов, переквалифицируясь на азиатские страны (Китай и Индия), и больше взаимодействуют со студентами из государств, входящих в постсоветское пространство. Для достижения поставленной цели требуется провести тщательное исследование содержания социальных сетей университетов, веб-сайтов и прочих информационных платформ с целью выявления прагматического потенциала лингвистических единиц, способствующих формированию определённого восприятия высшего учебного заведения. В рамках данного исследования ведётся изучение вербальных и невербальных особенностей медиатекстов, направленных на привлечение иностранных студентов и расширение международного сотрудничества.

Ключевые слова: привлекательность вуза, российский вуз, иностранные студенты, бренд вуза, вербальные и невербальные средства воздействия, университетский медиадискурс

Благодарности. Исследование выполнено при поддержке Фонда перспективных научных исследований Челябинского государственного университета 2024 г.

Для цитирования: Олизько Н. С., Юдина К. В. Привлечение иностранных студентов в российские вузы: эффективные стратегии вербального и невербального воздействия // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 157–165. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-157-165.

Original article

ATTRACTING FOREIGN STUDENTS TO RUSSIAN UNIVERSITIES: EFFECTIVE STRATEGIES OF VERBAL AND NON-VERBAL INFLUENCE

Natalia S. Olizko[1], Ksenia V. Yudina[2]✉

[1]Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, olizko@yandex.ru, 0000-0001-6241-6093

[2]Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, yudinak14@gmail.com, 0009-0005-7511-3119

Abstract. The article presents an analysis of the key trends in the study of university attractiveness, as reflected in the media landscape over the past decade. The focus is on Russian higher education institutions in the global educa-

© Олизько Н. С., Юдина К. В., 2024

tion market, which employ a range of media strategies to attract international students. The modern world is characterized by globalization and internationalization, which has led to an increase in the number of foreign students seeking higher education opportunities outside their country of origin. International students select higher education institutions not only on the basis of their academic reputation, but also on the extent to which the university creates conducive conditions for learning and integration of international students. Social networks, official websites of educational organizations and other information channels act as the primary source of information about the university. In order to maintain competitiveness in the international education market, universities must utilize a variety of media techniques to attract the attention of international students on these media platforms. In light of the evolving global landscape, higher education institutions in the Russian Federation are broadening their pool of prospective students, redirecting their attention to Asian countries (China and India), and engaging more with students from post-Soviet states. To achieve this objective, a comprehensive examination of the content of university social media, websites, and other information platforms is essential to identify the pragmatic potential of linguistic units that influence the formation of a certain perception of a higher education institution. This research examines the verbal and non-verbal elements of media texts designed to attract international students and facilitate international collaboration.

Keywords: university attractiveness, Russian university, foreign students, university brand, verbal and non-verbal means of influence, university media discourse

Acknowledgements. The research is supported by the Fund for Advanced Scientific Research of Chelyabinsk State University 2024.

For citation: Olizko NS, Yudina KV. Attracting foreign students to Russian universities: effective strategies of verbal and non-verbal influence. *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;(8(490):157-165. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-157-165.

Введение

Современные тенденции глобализации и интернационализации университетского пространства обусловливают не только глубокие трансформации в системе высшего образования, но и увеличение мобильности студентов. Этот феномен имеет множество причин и последствий, связанных как с индивидуальными мотивациями студентов, так и с глобальными тенденциями развития образования. Важно отметить, что приток иностранных студентов в университеты способствует культурному разнообразию, обогащению образовательной среды и стимулирует научный обмен между странами.

При этом в последние несколько лет высшие учебные заведения испытывают на себе **последствия трех мировых кризисов:**

1. Цифровизация эпохи пандемии значительно усилила требования к качеству цифровых сервисов и услуг.

2. Геополитический кризис способствовал установлению цифровых ограничений присутствия высших учебных заведений в зарубежном интернет-пространстве.

3. Мировой экономический кризис вызывает необходимость экономить ресурсы не только абитуриентов, но и университеты [24].

Соответственно, перед вузами встает вопрос реорганизации процесса рекрутинга иностранных студентов. Закрытые границы, визовые ограничения, транспортные сложности, «культура отмены» — все эти вызовы ограничивают возможности международной деятельности вузов [1, 3, 5, 17, 19].

К основным источникам информации о высшем учебном заведении можно отнести сайт образовательной организации, социальные сети вуза и другие информационные каналы. С целью обеспечения конкурентоспособности на международном рынке образования университеты сталкиваются с необходимостью использования разнообразных медиатехник привлечения внимания иностранных студентов на данных медиаплатформах.

Как правило, большинство иностранных студентов в России приезжают из стран, которые когда-то были частью Советского Союза. Эти студенты хорошо знакомы с российской системой образования, языком и культурой. В большинстве стран постсоветского пространства сохраняется высокая репутация российского образования, и существуют простые способы подачи заявки на бесплатное обучение в рамках квоты Россотрудничества. Исследование последних тенденций показывает, что Россия столкнулась с уменьшением притока студентов из стран Центральной Азии. При этом существует потенциал для развития сотрудничества и укрепления образовательных связей между странами Центральной Азии, такими как Казахстан, Узбекистан и Таджикистан, несмотря на тенденцию уменьшения числа студентов из этих партнерских государств. Для привлечения большего количества

студентов из этого региона важно разработать эффективные стратегии, способствующие увеличению привлекательности российского образования. Ключевым шагом в этом направлении является разработка индивидуальных программ поддержки и адаптации для студентов из партнерских стран, чтобы создать более комфортные условия для обучения и проживания в России.

В современных условиях Россия стремится укрепить образовательные связи с Китаем и Индией, однако в количественном отношении представленность студентов из этих стран на образовательном рынке России незначительна [13, 14]. Репутацию российского образования в Китае и Индии необходимо улучшить, усилить представленность российских вузов в интернет-пространстве данных стран, чтобы привлечь больше студентов. При выборе учебного заведения за рубежом важную роль играют социальные связи. «Для китайских студентов важным источником информации является национальное Министерство образования (13 %), для индийских студентов существенную роль играют агрегированные порталы (Education in Russia/Study in Russia) (22 %), сайт российского высшего учебного заведения (16 %), СМИ (16 %), мировые рейтинги университетов (13 %)» [9].

Соответственно, возникает необходимость адаптировать дизайн и структуру русскоязычных сайтов российских вузов, а также формат представления информации; «следует развивать и активно задействовать цифровые каналы международного общения, включая агрегированные порталы, сайты университетов, социальные сети, СМИ, сайты российских представительств (Россотрудничества) и другие» [2, 4, 9, 12].

Материалы и методы исследования

В представленном исследовании задействованы различные методы, включая «описательно-аналитический подход, сплошную выборку, статистический анализ и сравнительно-сопоставительное исследование» [22, с. 98].

Дополнительно, в рамках данного научного исследования применены специфические методы, включая «медиалингвистический подход, который позволяет выявить особенности взаимодействия вербального и невербального контента» [20].

Контент-анализ является «процедурой конвертации информации, содержащейся в медийной среде, в количественные параметры при помощи статистического подсчёта вербальных и невербальных текстовых элементов» [8].

«Прагмалингвистический анализ применяется для выявления коммуникативных намерений авторов медийных текстов и включает в себя анализ прагматически маркированной лексики, которая служит инструментом для осуществления манипуляций» [21].

Анкетирование проводится с целью «анализа оценочных реакций иностранных студентов на информацию, влияющую на формирование положительного образа университета, а также для выявления динамики эмоциональных состояний, оценок, мнений и ценностных установок учащихся» [22, с. 98].

Тема формирования онлайн-профиля для университета, его привлекательности и информативности, представляет собой значимый аспект формирования репутации учебного заведения и привлечения новых студентов. Изучение влияния веб-ресурсов и социальных медиа на деятельность ведущих как зарубежных, так и российских высших учебных заведений проводится на материале таких университетов, как Arkadia University, Санкт-Петербургский университет информационных технологий, механики и оптики (ИТМО) и Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова (МГУ).

Результаты исследования и их обсуждение

Успешные вузы вкладывают свои ресурсы в продвижение, в маркетинг и в долгосрочные стратегии, благодаря чему их рейтинги неуклонно растут вверх, что связано с накопительным эффектом маркетинга.

Не секрет, что в настоящее время «традиционные» (такие малобюджетные инструменты, как «сарафанное радио», листовки) инструменты маркетинга работают плохо. Одна из причин — баннерная слепота аудитории, которая мешает захватывать внимание. Абитуриенты либо просто не замечают информацию, либо её не воспринимают.

10-15 лет назад основным инструментом привлечения абитуриентов было так называемое «сарафанное радио» — рекомендации друзей и знакомых. Чуть позже началась эра листовок и офлайн маркетинга — дни открытых дверей, мероприятия в школах и т. д. Далее наступила эра соцсетей — активное развитие сайтов и реклама в различных пабликах. Во время пандемии началась эра онлайн-маркетинга — онлайн дни открытых дверей для родителей, онлайн-встречи и эфиры для абитуриентов и так далее. Последние несколько лет могут быть обозначены как эра

маркетинга 360 — одновременное использование огромного количества рекламных инструментов: таргетинг во ВКонтакте, развитие Telegram-каналов, модернизация сайтов и так далее. Сейчас мы входим в эру бренд-маркетинга, когда акцент делается на силу, репутацию, узнаваемость и престиж бренда. Как результат, особым смыслом наполняются так называемые «артефакты доверия», или запоминающиеся факты о бренде, достижения проекта, причины, обосновывающие, почему можно доверять именно этому учебному заведению [7, 16]. Задача артефактов сводится к тому, чтобы клиент-абитуриент посредством разных инструментов их распознал и захотел выбрать именно этот вуз. Таким образом формируется образ бренда, его индивидуальность, имидж, репутация и сила.

Рассмотрим кейс Beaver College. Гуманитарный колледж для женщин Beaver College, созданный в 1972 г. в Филадельфии, столкнулся с серьезным кризисом: ежегодно падало количество заявлений абитуриентов и поступления в эндаумент-фонд. За 15 лет кризиса колледж пришёл к тому, что брал на обучение всех, кто был готов учиться. В 1992 г. на позицию вице-президента по рекрутингу пришёл Деннис Ностранд (маркетолог). С целью увеличения количества и качества абитуриентов Ностранд ввёл принцип клиентоориентированности, внедрил CRM и персонифицированную коммуникацию с абитуриентами (например, адресные email-рассылки), выделил стипендии талантливым абитуриентам, создал команду «менеджмента качества» (которая, в том числе, отвечала за опыт абитуриента на кампусе). Однако оставалась проблема с названием: со времен образования колледжа поп-культура изменила ассоциации с бобрами (Beaver). Ностранд не смог решить проблему внутри, несмотря на многочисленные обсуждения и фокус-группы, сотрудники колледжа предлагали названия, не отвечающие требованиям брендинга (Колледж Джинни или Университет Южного Региона). Тогда Деннис Ностранд нанял внешних консультантов для создания сильного фирменного наименования, отражающего личность бренда. Победителем стало название Arkadia University. В ДНК бренда вложили Arkadia = Fun. Для того, чтобы обеспечить связь с историческим наследием, выпустили мерч с фразой: «Arkadia University: Since 1853”. Всё это привело к росту количества заявлений абитуриентов на 30 %. Осенью 2002 г. университет имел самую успешную приёмную кампанию в своей истории.

В поисках информации о вузе современные абитуриенты обращаются не только к официальным источникам, но и к многочисленным сообществам и форумам в интернете. Знакомство с университетом часто начинается с виртуального мира, где социальные контакты играют ключевую роль в формировании представления об образовательном учреждении. Важно отметить, что влияние на осведомленность абитуриентов о вузе оказывают разнообразные источники информации. Помимо рекламных кампаний и маркетинговых коммуникаций, огромную роль играет «сарафанное радио» — мнения и рекомендации друзей и знакомых. Важным фактором является также личный опыт абитуриента (участие в открытых днях университета, беседы с преподавателями и студентами или изучение отзывов в онлайн-среде).

Необходимо отметить, что практически на всех указанных выше этапах вуз может оказывать воздействие на решение абитуриента. Выделяют:

• «внешнее влияние: реклама и маркетинговые коммуникации, контакты с представителями бренда (приёмная комиссия);

• влияние «других»: сарафанное радио, социальные сети и рейтинговые системы;

• собственное влияние: результат прошлого опыта взаимодействия с брендами, личные суждения и индивидуальные предпочтения» [23].

Влияние внешних источников информации на выбор учебного заведения необходимо воспринимать как возможность для профессионального роста. Важно создать позитивное восприятие своего бренда среди потенциальных студентов через диалог с его адвокатами. В конечном итоге, успешное управление сообществом бренда и умение стимулировать диалог способны сформировать долгосрочное взаимодействие.

Современный маркетинг предполагает использование как онлайн, так и оффлайн способов общения с людьми, заинтересованными в продукте или услуге. Важно понимать, как работают разные типы общения на разных этапах заинтересованности кого-либо в чем-либо. Это способ выстроить персонифицированную коммуникацию с абитуриентами для профориентации и конструирования образовательной траектории [6, 11, 15, 22].

Для создания привлекательности университета для иностранных студентов Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова (МГУ) использует на своем сайте следующие лингвистические средства:

1. Ключевые слова и фразы, связанные с международным образованием *(international, global, international, international students).*

2. Позитивно окрашенные эпитеты и другие стилистические приёмы, описывающие университет и его программы *(prestigious, leading, high quality, innovative).*

3. Глаголы, указывающие на активные действия университета в области международного образования *(solicit, invite, co-operate).*

4. Числовые показатели и статистические данные, свидетельствующие о достижениях университета в области международного образования *(more than 1000 foreign students, 50 % of graduates find jobs abroad).*

5. Ссылки на рекомендации и отзывы иностранных студентов, а также на мнения работодателей *(Our graduates work in the world's leading companies, International students recommend our university)* [10].

Для привлечения внимания абитуриентов высшие учебные заведения должны активно заниматься брендингом и ребрендингом. К характеристикам успешного бренда можно отнести следующее:

1. Визуальная идентичность, которая делает бренд уникальным — логотипы, дизайн продукта.

2. «Интеллект», или умение нестандартно мыслить и способность к инновациям.

3. «Коммуникабельность», то есть умение общаться с клиентами, отвечать на вопросы и жалобы, делиться интересным контентом, участвовать в обсуждениях.

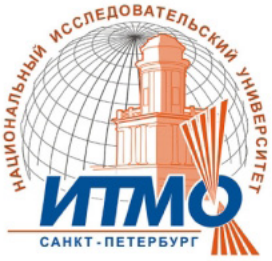
4. «Эмоциональность», или умение общаться с клиентами на эмоциональном уровне с вдохновляющим посылом. Способность вызывать эмоции у людей стимулирует положительные ассоциации с брендом.

5. «Индивидуальность» — бренды с выраженной индивидуальностью обнаруживают определённые характеристики, что позволяет им точно определить свою уникальность. Их высокий уровень мотивации и уверенности в себе способствует преодолению трудностей и принятию ответственности за свои действия.

6. «Нравственность» проявляется через ценности бренда, которые формируются в ходе взаимодействия с клиентом на протяжении всего процесса взаимодействия.

Рассмотрим пример ребрендинга. В российском образовательном секторе значительное внимание уделяется техническому образованию и образованию в сфере информационных технологий. Ярким примером успешной работы в области подготовки IT-специалистов является Санкт-Петербургский университет информационных технологий, механики и оптики (ИТМО). Инновационная и прогрессивная среда ИТМО обеспечивает студентам не только теоретические знания, но и практические навыки, необходимые для успешной карьеры в области IT. Студенты данного университета имеют возможность участвовать в международных проектах, сотрудничать с ведущими специалистами отрасли и быть в курсе последних технологических тенденций. При этом созданный в начале 90-х гг. логотип, изображающий здание, которое в то время было единственным корпусом университета, утратил свою актуальность. В процессе ребрендинга университет изменил визуальную идентичность, чтобы подтвердить инновационность вуза (рис. 1.).

«Новый логотип ИТМО — это стилизованное изображение Российской Федерации в сочетании с красной точкой, символизирующей местоположение университета — г. Санкт-Петербург. При разработке логотипа специалисты опирались на три этапа развития вуза: превращение Университета ИТМО в учебное заведение международного уровня, формирование в нём научного и инновационного хаба и ориентация на подготовку кадров, специализирующихся на развитии экономики и социальной сферы в России» [18].



было

стало

Рис. 1 Ребрендинг логотипа ИТМО
Fig. 1. Rebranding of the ITMO logo

Как показывает материал, современный университетский маркетинг — это создание уникального опыта для студентов путём объединения онлайн- и офлайн-элементов благодаря новым технологиям.

Выводы

Современные высшие образовательные учреждения, стремясь адаптироваться к требованиям рынка труда и меняющимся глобализационным процессам, активно применяют средства массовой информации, включая социальные сети, для привлечения внимания и воздействия на потенциальную аудиторию. Помимо расширения круга потенциальных абитуриентов за счёт азиатских и постсоветских стран, университеты вынуждены пересматривать свои стратегии взаимодействия со студентами и развивать новые форматы обучения. Создание совместных программ образования, взаимные обмены и стажировки — все это способы, с помощью которых высшие учебные заведения стремятся быть в курсе современных тенденций и удовлетворять потребности международной студенческой аудитории.

Непрерывное развитие цифровых технологий приводит к постоянному изменению требований в области маркетинга и коммуникации для университетов. Анализ опыта зарубежных и отечественных учебных заведений позволяет выявить новые подходы к формированию эффективных коммуникационных стратегий в контексте высшего образования.

Развитие современных технологий позволяет высшим учебным заведениям использовать социальные сети для продвижения своего образовательного предложения и привлечения внимания потенциальных абитуриентов. Анализ университетского медиадискурса с целью выявления различных лингвистических и экстралингвистических особенностей, оказывающих влияние на формирование определённых убеждений относительно привлекательности образовательного учреждения, позволяет выявить специфику содержания и структуры медиатекстов, направленных на увеличение числа иностранных обучающихся и развитие международных образовательных связей.

Список источников

1. Бондаренко В. В., Володин В. М., Лескина О. Н. Повышение международной привлекательности российских вузов в условиях эпидемиологических угроз // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2021. № 4 (60). С. 123–136.

2. Бондаренко В. В., Полутин С. В., Юдина В. А. Привлекательность российских вузов среди иностранных студентов в условиях глобальной конкуренции на рынках образовательных услуг // Интеграция образования. 2022. Т. 26. № 1 (106). С. 72–92.

3. Безносова М. И. Социокультурная среда как фактор привлекательности российских вузов (на примере удмуртского государственного университета, Россия) // Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения. 2020. Т. 4. № 4. С. 467–471.

4. Галямова Э. Ф. Привлекательность российских вузов на международном рынке образовательных услуг // Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. 2017. Т. 27. № 3. С. 21–26.

5. Галямова Э. Ф. Привлекательность российских вузов на международном рынке образовательных услуг // Юрист ВУЗа. 2018. № 7. С. 32–40.

6. Дунас Д. Медиа для российской молодежи — это социальная среда и культурное пространство // МедиаТренды: Экспертный взгляд факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова на события в СМИ. 2020. 1 (73). С. 2–3.

7. Земская Ю. Н. Коммуникационный потенциал миссии бренда университета (на примере российских вузов) // Брендинг как коммуникационная технология XXI века: материалы X Международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2024. С. 178–180.

8. Зюкова В. А. Контент-анализ текстов политической агитации // Студенческий вестник. 2019. № 17–1 (67). С. 34–36.

9. Карпинская Е. Эффективность позиционирования российского образования на рынках Китая и Индии. URL : https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/effektivnost-pozitsionirovaniya-rossiyskogo-obrazovaniya-na-rynkakh-kitaya-i-indii/ (дата обращения: 23.04.2024).

10. Кочнева Ю. Е., Пастухова О. Д., Титова Е. А. Вербальные средства воздействия социальной сети телеграмм-канала Челябинского государственного университета на абитуриентов и их родителей // От слова к дискурсу: взаимодействие форм и (не)предсказуемость смыслов. Минск, 2023. С. 225–227.

11. Кудрявцева М. И. Университет как субъект коммуникативного пространства массмедиа: дискурсивные практики // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2020. Т. 11. № 4. С. 49.

12. Лазарева А. А. Академическая мобильность и привлекательность российских ВУЗов для иностранных студентов // Культурная экономика и экономизация культуры в системе современных обществ : материалы юбилейной XV российско-китайской социологической конференции. Санкт-Петербург: Центр научно-производственных технологий «Астерион», 2018. С. 274–278.

13. Млепо А. А. Реклама российского вуза в Китае: особенности продвижения бренда // Филологическое образование и современный мир: материалы XVII Международной научно-практической конференции. Часть 2. Чита: Забайкальский государственный университет, 2021. С. 75–77.

14. Образовательное сотрудничество России и стран Центральной Азии в контексте интернационализации систем высшего образования. URL : https://russiancouncil.ru/news/sessiya-obrazovatelnoe-sotrudnichestvo-rossii-i-stran-tsentralnoy-azii-v-kontekste-internatsionaliza/ (дата обращения: 25.04.2024).

15. Олизько Н. С. Университетский массмедийный дискурс // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах. Челябинск: Челябинский государственный университет, 2022. Ч. 1. С. 87–89.

16. Пашкус В. Ю. Активные маркетинговые стратегии на рынке образовательных услуг: бренд российского вуза в современной конкурентной среде // Стратегический менеджмент. 2011. № 2. С. 82–88.

17. Пимонова С. А. Повышение привлекательности российских вузов для иностранных студентов // Университетское управление: практика и анализ. 2018. Т. 22, № 4 (116). С. 97–109.

18. Создание фирменного стиля для университета ИТМО. URL : https://endylab.ru/projects/branding/itmo (дата обращения: 29.05.2024).

19. Трегубова Т. М. Безопасность и социальная поддержка студентов вузов в условиях глобализации и единого поликультурного пространства // Социально-экономические и технические системы: исследование, проектирование, оптимизация. 2016. № 6 (73). С. 122–131.

20. Финогеева А. А., Олизько Н. С. Мультимодальность университетского медиадискурса // Вестник Челябинского государственного университета. 2022. № 9 (467). С. 218–225.

21. Формановская Н. И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика. Москва : ИКАР, 2007. 478 с.

22. Хомутникова Е. А., Олизько Н. С. Оптимизация медиамодели патриотического воспитания студентов в вузе: социолингвистический аспект // Alma Mater (Вестник высшей школы). 2023. № 10. С. 96–105.

23. Черкасова И. И. Бренд университета как фактор привлечения абитуриентов // Образование и наука. 2023. Т. 25. № 1. С. 50–83.

24. Электронная интернационализация университета : новая реальность. URL : https://kc.hse.ru/kc_event/internationalization/ (дата обращения: 21.04.2024).

References

1. Bondarenko VV, Volodin VM, Leskina ON. Increasing the international attractiveness of Russian universities in the context of epidemiological threats. *Izvestiya vysshih uchebnyh zavedenij. Povolzhskij region. Obshchestvennye nauki = News of higher educational institutions. The Volga region. Social sciences.* 2021;(4(60):123-136. (In Russ.).

2. Bondarenko VV, Polutin SV, Yudina VA. Attractiveness of Russian universities among foreign students in the context of global competition in the markets of educational services. *Integraciya obrazovaniya = Integration of education.* 2022;(1(106):72-92. (In Russ.).

3. Beznosova MI. Sociocultural environment as a factor of attractiveness of Russian universities (on the example of Udmurt State University, Russia). *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Sociologiya. Politologiya. Mezhdunarodnye otnosheniya = Bulletin of the Udmurt University. Sociology. Political science. International relations.* 2020;(4):467-471. (In Russ.).

4. Galiamova EF. Attractiveness of Russian universities on the international market of educational services. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya Ekonomika i pravo = Bulletin of the Udmurt University. Economics and Law Series.* 2017;(27(3):21-26. (In Russ.).

5. Galiamova EF. Attractiveness of Russian universities in the international market of educational services. *Yurist VUZa = University Lawyer.* 2018;(7):32-40. (In Russ.).

6. Dunas D. Media for Russian youth is a social environment and cultural space. *MediaTrendy: Ekspertnyj vzglyad fakul'teta zhurnalistiki MGU imeni MV Lomonosova na sobytiya v SMI = Media Trends: An expert view of the Faculty of Journalism of Lomonosov Moscow State University on events in the media*. 2020;(1(73):2-3. (In Russ.).

7. Zemskaya YuN. Communication potential of the university brand mission (on the example of Russian universities). In: Brending kak kommunikacionnaya tekhnologiya XXI veka = Branding as a communication technology of the XXI century. St. Petersburg: St. Petersburg State University of Economics, 2024. Pp. 178-180. (In Russ.).

8. Zyukova VA. Content analysis of political agitation texts. *Studencheskij vestnik = Student Bulletin.* 2019;(17-1(67):34-36. (In Russ.).

9. Karpinskaya E. Efficiency of Russian education positioning in the markets of China and India. Available from: https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/effektivnost-pozitsionirovaniya-rossiyskogo-obrazovaniya-na-rynkakh-kitaya-i-indii/ (access date: 23.04.2024). (In Russ.).

10. Kochneva YE, Pastukhova OD, Titova EA. Verbal means of influence of the social network telegram-channel of Chelyabinsk State University on applicants and their parents. In: Ot slova k diskursu: vzaimodejstvie form i (ne)predskazuemost' smyslov = From word to discourse: interaction of forms and (non) predictability of meanings. Minsk: 2023. Pp. 225-227. (In Russ.).

11. Kudryavtseva MI. University as a subject of communicative space of mass media: discursive practices. *Mir nauki. Sociologiya, filologiya, kul'turologiya. = The world of science. Sociology, philology, cultural studies.* 2020;(11(4):49. (In Russ.).

12. Lazareva AA. Academic mobility and attractiveness of Russian universities for foreign students. In: Kul'turnaya ekonomika i ekonomizaciya kul'tury v sisteme sovremennyh obshchestv = Cultural economics and the economization of culture in the system of modern societies. St. Petersburg: Centre of Scientific and Production Technologies 'Asterion', 2018. Pp. 274-278. (In Russ.).

13. Mlepo AA. Advertising of the Russian university in China: features of brand promotion. In: Filologicheskoe obrazovanie i sovremennyj mir = Philological education and the modern world. Part 2. Chita: Transbaikal State University, 2021. Pp. 75-77. (In Russ.).

14. Educational cooperation between Russia and Central Asian countries in the context of internationalization of higher education systems. Available from: https://russiancouncil.ru/news/sessiya-obrazovatelnoe-sotrudnichestvo-rossii-i-stran-tsentralnoy-azii-v-kontekste-internatsionaliza / (access date: 04/25/2024). (In Russ.).

15. Olizko NS. University mass-media discourse. In: Slovo, vyskazyvanie, tekst v kognitivnom, pragmaticheskom i kul'turologicheskom aspektah = Word, statement, text in cognitive, pragmatic and cultural aspects. Chelyabinsk: Chelyabinsk State University, 2022. Pp. 87-89. (In Russ.).

16. Pashkus VYu. Active marketing strategies in the market of educational services: the brand of the Russian university in the modern competitive environment. *Strategicheskij menedzhment = Strategic management.* 2011;(2):82-88. (In Russ.).

17. Pimonova SA. Increasing the attractiveness of Russian universities for foreign students. *Universitetskoe upravlenie: praktika i analiz = University management: practice and analysis.* 2018;(4(116):97-109. (In Russ.).

18. Creation of corporate identity for ITMO University. Available from: https://endylab.ru/projects/branding/itmo (access date: 29.05.2024). (In Russ.).

19. Tregubova TM. Security and social support of university students in the context of globalisation and a common multicultural space. *Social'no-ekonomicheskie i tekhnicheskie sistemy: issledovanie, proektirovanie, optimizaciya = Socio-economic and technical systems: research, design, optimization.* 2016;(6(73):122-131. (In Russ.).

20. Finogeeva AA, Olizko NS. Multimodality of university media discourse. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of the Chelyabinsk State University.* 2022;(9(467):218-225. (In Russ.).

21. Formanovskaya NI. Speech interaction: communication and pragmatics. Moscow: ICAR; 2007. 478 p. (In Russ.).

22. Khomutnikova EA, Olizko NS. Optimisation of the media model of patriotic education of students in higher education: sociolinguistic aspect. *Alma Mater (Vestnik vysshej shkoly) = Alma Mater (Bulletin of the Higher School).* 2023;(10):96-105. (In Russ.).

23. Cherkasova II. University brand as a factor in attracting applicants. *Obrazovanie i nauka = Education and science.* 2023;(25(1):50-83. (In Russ.).

24. Electronic internationalisation of the university : a new reality. Available from: https://kc.hse.ru/kc_event/internationalization/ (access date: 21.04.2024). (In Russ.).

Информация об авторах

Н. С. Олизько — доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой английского языка.

К. В. Юдина — студент факультета лингвистики и перевода.

Information about the authors

N. S. Olizko – Doctor of Philology Sciences, Professor, Head of the Department of the English language.

K. V. Yudina – student of the Faculty of Linguistics and Translation.

Статья поступила в редакцию 10.08.2024; одобрена после рецензирования 17.09.2024; принята к публикации 24.09.2024.

The article was submitted 10.08.2024; approved after reviewing 17.09.2024; accepted for publication 24.09.2024.

Вклад авторов: 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.

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 166–173.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):166-173.

Научная статья

УДК 004.522:81 81’271: 2-483

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-166-173

РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ: КАТЕГОРИЯ ВЕЖЛИВОСТИ И РЕЧЕВОЙ АГРЕССИИ ПРИ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ С ПОЖИЛЫМИ ЛЮДЬМИ

Юлия Анатольевна Ольховская

Институт этнологии и антропологии имени Н. Н. Миклухо-Маклая Российской академии наук (ИЭА РАН), Центр медицинской антропологии, г. Москва, Россия, justjuliag@mail.ru, 0000-0002-0183-9356.

Аннотация. В статье отражены актуальные вопросы речевой коммуникации, которые являются важной составляющей самопроявления человека. Отражены аспекты речевого взаимодействия в критериях вежливости и речевой агрессии, рассмотренные в факторах их использования в социальной среде жизни людей и, в особенности в речевом обращении с одной из уязвимых категорий граждан, к которым относятся пожилые люди. Целью исследования явилось выявить особенности речевой коммуникации с пожилыми людьми в социуме на современном этапе развития общества. В работе были применены антропологический и аксиологический подходы к исследованию выделенной проблемы, а также метод непосредственного наблюдения за речевыми и языковыми фактами, направленными по отношению к пожилым людям. В результате были выявлены особенности речевой коммуникации с пожилыми людьми в социальной среде жизни, где присутствуют как аспекты вежливости, так и речевой агрессии. Представлены факторы свойственной коммуникации для пожилых людей, где в критериях сформированной культуры личности для них типично этичное самопроявление в социуме, но за счёт наличия у них часто непрезентабельного образа они сталкиваются по отношению к себе с категорией речевой агрессии, которая на современном этапе развития общества приобрела масштабные критерии присутствия даже в структуре обслуживания населения в различных общественных местах, таких как магазины или транспорт. Вместе с этим речевая агрессия, с которой сталкиваются пожилые люди, создает предпосылки для унижения их личности, формируя тенденции к её подавлению, отображая аспекты буллинга по отношению к старшему поколению, что требует коррекции на уровне создания безопасной среды жизни для данной категории граждан.

Ключевые слова: речевые коммуникации, взаимодействие с пожилыми людьми, речевая агрессия, вежливость, межличностные коммуникации, общение, культура речи

Для цитирования: Ольховская Ю. А. Речевая коммуникация: категория вежливости и речевой агрессии при взаимодействии с пожилыми людьми // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 166–173. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-166-173.

Original article

SPEECH COMMUNICATION: THE CATEGORY OF POLITENESS AND VERBAL AGGRESSION IN INTERACTIONS WITH THE ELDERLY

Yuliya A. Olkhovskaya

N.N. Miklouho-Maklay Institute of Ethnology and Anthropology, Russian Academy of Sciences, Center of Medical Anthropology, Moscow, Russia, justjuliag@mail.ru, 0000-0002-0183-9356

Abstract. The article reflects such topical issues of speech communication as politeness and speech aggression as important factors and criteria of human self-expression. We consider these factors in construction of the social environment of people’s lives. We particularly focus on the speech treatment of one of the vulnerable categories of citizens, the elderly. The purpose of the study is to identify the features of speech communication with the elderly at the present stage of the societal development. The work applies anthropological and axiological approaches to the study of the highlighted issue, as well as the method of direct observation of speech and language facts which reflect attitudes towards the elderly. Features of speech communication with the elderly in various social environments are revealed, where both aspects of politeness and verbal aggression are present. Patterns of proper communication with the elderly

© Ольховская Ю. А., 2024

are presented, which may serve as criteria of formed personality culture and are characterized by ethical self-expression in society. It is shown that the elderly, due to their often unpresentable image, may face speech aggression present even in public services and various public places like shops or public transport. Verbal aggression faced by elderly people creates prerequisites for the humiliation of their personality, forming tendencies of their suppression. We conclude there are signs of bullying in relation to the older generation, which situation requires correction with the purpose of creating a safe living environment for this category of citizens.

Keywords: speech communication, interaction with the elderly, verbal aggression, politeness, interpersonal communication, communication, culture of speech

For citation: Olkhovskaya YA. Speech communication: the category of politeness and verbal agression in interactions with the elderly. *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;(8(490):166-173. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-166-173.

Введение

Речевая коммуникация — это одно из главных проявлений человека, как в социальной среде, так и в личностно-бытовой сфере, которая определяет микросоциум личности. Речевое взаимодействие является функциональной потребностью человека на нейрофизиологическом уровне. Оно отражает развитие его когнитивных свойств, в которых многие составляющие, такие как интеллект, сформированная культура личности, показатели мотивационной сферы и устремлений человека визуализируются в его речевом проявлении, которые сопровождаются его поведенческими и эмоциональными реакциями, усиливающими акценты воздействия речи на собеседника или окружающих его людей в целом [1].

Речь составляет ключевое связующее звено во взаимодействии людей, и все присутствующие в ней факторы будут указывать на суть её отражения в смысловом и мотивационном показателе [2]. Также в данном большое значение будет иметь интонация, которая является инструментом речи. Известны факторы, что один и тот же набор слов, сказанный с различной интонацией, будет иметь различное воздействие на человека. Так существует пример, описанный в сказке «Двенадцать месяцев» (С. Маршак), где рассматривается фраза «Казнить нельзя помиловать», и именно в факторах речевой коммуникации, которая воспринимается собеседником на уровне слухового восприятия, в первую очередь «запятая», которая кардинально будет отражать различный смысл сказанного в письменной речи, при её устном воспроизводстве она будет определяться именно за счёт интонации человека, отражая также различное влияние на человека и его жизнь [3].

В то же время одной из важных категорий граждан являются пожилые люди, которые, с одной стороны, имеют большой потенциал личности на фоне сформированных у них критериев культуры личности и большого жизненного и профессионального опыта, но, с другой стороны, они являются одной из наиболее уязвимых социальных групп населения в виду низкого финансового дохода и наличия скудных финансовых средств, не позволяющих им иметь высокое или часто даже удовлетворительное качество жизни [4]. И данные факторы отражают актуальность выявления аспектов речевого взаимодействия в социуме, обращённой к данной категории граждан ввиду выявления показателей речи, относящихся к категории речевой вежливости и речевой агрессии.

Целью исследования явилось выявить имеющиеся факторы различных категорий речевой коммуникации в социальной среде жизни при взаимодействии с пожилыми людьми и определить критерии вежливости и агрессии в обращённой к ним речи.

Методы исследования

Исследование было проведено при использовании основ антропологического и аксиологического подходов, позволивших изучить влияние особенностей речевого взаимодействия на показатели личности пожилых людей, в виду выявленных факторов, аспектов речи, обращённой к пожилым людям, присутствующим на современном этапе развития общества в социальной среде, где отражены различные речевые критерии, в которых были определены категории речевой вежливости и агрессии.

Выявление имеющихся аспектов речевого взаимодействия с пожилыми людьми в социуме было проведено при использовании метода непосредственного наблюдения за речевыми и языковыми фактами, присутствующими в ситуациях, связанных с речевым взаимодействием, где одним из участников являлся человек пожилого возраста.

Результаты исследования и их обсуждение

Любое влияние, понимание, отражение сути происходящей ситуации, любое познание и другие параметры жизни со стороны окружающих

людей воспринимаются на уровне речи. И обращённая речевая коммуникация к любому индивиду будет отражаться на его самоиндентификации, самоопределении, самореализации. Также обращённая речь в своих критериях создаст условия для самопроявления человека, так как сказанные слова имеют как образ объекта или субъекта (существительное), так и функцию в действии (глагол) и её качественные показатели (прилагательные). И именно они на нейрофункциональном уровне и воспринимаются любым человеком, перепрограммируя его реакции на определённом приобретенном уровне рефлекторного порядка, который часто в бытовой жизни отражается в понятии «привычка» [5].

Так, в зависимости от речи и её составляющих: набор слов, интонация, темп (тревога, невротизация — если быстрый) и другое, будет формироваться личность человека, где выявляются такие акценты как зарождение фундаментальных основ самооценки, развития чувства собственного достоинства, веры в собственные силы, осознание личных талантов, факторов личной значимости, где присутствуют также важные критерии, что человека ценят и любят. И на данном уровне в речевой коммуникации на фоне различных аспектов смыслового фактора разговора, будут присутствовать высказывания, выражающие заботу, дружелюбие, доброжелательность, уважение к личности и её потребностям, эмоциональное внимание, подчеркивание достоинств человека, что в целом соотносится с критериями категории речевой вежливости. И именно данный фон общения сопровождается этичностью и деликатностью к личности любого индивида, отражая сформированную культуру личности коммуникатора на фоне его воспитания, которое на уровне вежливых и культурных речевых высказываний (культура речи) со стороны окружающих, создаёт условия для формирования основ личности человека как культурного и интеллигентного представителя социума (данные качества в первую очередь выражаются при помощи речевой коммуникации) [6].

В то же время отличные от описанных критериев речевой коммуникации, где присутствуют слова, отражающие сниженные лексические нормы, повышенную тональность, грубость, бестактность, оскорбления, унижения, неуважение к личности и к её потребностям составляющие и другие характерные речевые элементы, имеющие аспекты подавления и насмешки, а также отражающие настойчивое навязывание собеседнику определённой точки зрения, не имеющей убедительной и логической смыслообразующей ситуации с положительным результативным показателем для личности. Эти факторы речевой коммуникации отражают категорию речевой агрессии [7]. Они могут иметь различную мотивирующую составляющую, но в целом отражают буллинг личности (человека), введением его в заблуждение относительно собственной личности, унижая чувство его достоинства и разрушая его внутреннюю уверенность, а также нарушая и фундаментальные основы грамотного предрасположения к жизнеопределению, идентификации и самопроявлению. Данные аспекты связаны с особенностью предрасположенности к невежественному (не культурному, не интеллигентному) речевому проявлению (где отсутствует логика изложения факторов, относительно здоровьесберегающих и культурных факторов, а напротив разрушающих их) личностей, относящихся к малокультурному слою общества, часто имеющему когнитивные нарушения, изменения на уровне идентификации личности или различные патологические составляющие в нейропсихической сфере, а также находящихся на «социальном дне», где присутствуют особенности взаимодействия, продиктованные отсутствием всех благоприятных факторов жизни, с её красотой и составляющими, имеющими положительные эмоциональные и физические показатели. А напротив, жизнь на «социальном дне» наполнена антисанитарией, соответствующими болезнетворными факторами (болезни из области медицины бедности), голодом, отсутствием надежды и другими патогенными критериями на физическом, психоэмоциональном и социальном уровне. И данные условия порождают к речевому высказыванию в факторах низкого лексического значения и агрессии, относительно соответствующих личностей, находящихся в тех же слоях общества с характеристиками «социального дна» [8].

В описанном критерии важно рассмотреть коммуникации относительно контингента населения пожилого возраста, который в настоящее время отражает, с одной стороны, высококультурные параметры самопроявления, так как период их воспитания и жизни в среднем возрасте пришёлся на годы, где интеллигентность и этичность были основой взаимодействия в обществе. «Этикет» был одним из обязательных школьных предметов, в социальной среде присутствовали условия для культурного времяпровождения и самопроявления, а также наблюдались средовые условия

жизни, характерные для интеллигентного слоя общества. Это отражает тот факт, что внутренняя культура пожилых людей сформирована на высококультурном уровне, и для них характерно интеллигентное проявление во всех аспектах, также и на уровне речевой коммуникации, что выражается, в том числе, и в сформированных когнитивных качествах, позволяющих им анализировать и понимать различия, которые происходят в настоящее время в показателе снижения культуры общества и его интеллектуального проявления, что отражается и в речевой коммуникации, её лексическом, мотивирующем и смыслом факторе [9].

С другой стороны, пожилые люди в настоящее время, исходя из своих низких и крайне низких финансовых возможностей, которые создали для них условия унижения в социальной среде в виде отсутствия возможностей качественного самоухода (профессионального ухода — услуги специалистов), питания, создания ухоженного внешнего образа, самопроявления на уровне социальной активности и посещения культурных мест, пользования качественными медицинскими и стоматологическими услугами (недоступность платных медицинских услуг, где отсутствуют очереди на несколько месяцев и другое). В целом данная ситуация отражает нахождение большинства представителей пожилого возраста в сложной жизненной ситуации, что создало их образ людей, находящихся в состоянии бедности (социальное дно) и соответствующие этому параметры: непрезентабельный, неухоженный и часто неопрятный вид, в виду хронического недоедания, потрепанной одежды и других неблагоприятных факторов (неприятный запах (недержание мочи, старческий запах, несвежая одежда (негде и нечем стирать), отсутствие зубов, отсутствие стрижки и другое).

Это отражается на общем отношении к пожилым людям в социальной среде жизни в предпосылках созданных в отношении к ним как к людям, имеющим неблагополучную жизнь. Так для окружающих пожилые люди часто представляют образ неблагополучного человека и данное проявляется в ряде обращенных к ним речевых коммуникаций, которые будут в факторах сохранения культуры речи также указывать на аспекты уважения к их личности, но, что в рассмотрении современного образа пожилого человека (живущего на уровне бедности) имеют отрицательные параметры в аспектах отсутствия к ним уважения, продуцируемом на уровне речевого высказывания, которое сопровождается исключением из речи параметров, относящихся к категории вежливости, что также нарушает структуру общего понимания культуры самопроявления личности оппонента и культуры речи в целом. Но выявленные факторы имеют тенденцию к усугублению речевого высказывания, так как современный образ пожилого человека часто сопровождается и аспектами, характерными для нищеты, это создает фон отношения к пожилым людям в целом как к нищим, что в современных реалиях часто сопровождается и факторами социального представления в данных критериях на уровне «бездомного», имеющего ещё более низкие показатели в созданных параметрах к ним личного отношения со стороны окружающих людей (значимая часть членов социума не воспринимает их как людей и личности [10]), что выражается и в более резкой, грубой и оскорбительной форме речевого обращения к ним.

Так пожилые люди в зависимости от внешнего облика, уровня ухоженности, качества одежды и в целом созданного образа, характерного для определённой социальной категории граждан, создают предпосылки в градации речевого к себе высказывания, в котором выявляются аспекты снижения степени вежливости и уважения к личности человека, достигшего пожилого возраста или преклонных лет, которые ранее имели определение «уважаемых лет», отражая степень социального уважения к данной категории граждан в годы прежних столетий. Это указывает и на высокий уровень культуры речи, который был характерен для общества прошлой эпохи, лишённой аспектов и критериев речи представителей социального дна с присущей терминологией, структурой постановки выражения смыслового мыслительного фона падшей личности и других форм речевого высказывания, ограниченного сокращённой мыслительно-аналитической формой, поэтическими включениями и красотой слов.

Так, современный образ пожилого человека, находящегося в сложной жизненной ситуации, создает социальные условия противоречия, где присутствуют факторы организационно-экономического порядка, которые создают условия для резкого снижения финансовых возможностей данной категории граждан, которые вынуждены жить практически в нищете, и соответствующий данному образ, создает условия к изменению к ним отношения со стороны окружающих, принижая их статус как граждан страны, уважаемых членов общества в виду своих сформированных

высококультурных критериев личности и прошлых профессиональных заслуг перед государством и других индивидуальных показателей, в которых выявляются аспекты личного таланта и многих составляющих, отмеченных наградами и грамотами и другое, отражая статусность, интеллигентность и значимость пожилого человека.

Ведь в своём большинстве пожилые люди одновременно имеют и хорошее образование, и сформированную культуру личности, интеллигентность и высокоразвитые когнитивные качества, но с другой — образ обнищавших людей, часто одиноких, речь у которых часто затруднена в виду многих факторов как физического, так и психоэмоционального и социального уровня. Например, одной из причин, нарушающих речевоспроизведение является внутренняя эмоциональная подавленность пожилого человека в результате осознания своего социального положения на уровне нищеты, не позволяющей ему реализовывать свои нужды, таланты, устремления. Или другой причиной может являться сильная физическая слабость в результате недоедания (анемия), возможных патологических состояний (после инсульта, снижение слуха и другое). Нарушение речи у данной категории граждан часто связанно с отсутствием зубного ряда, не позволяющим им общаться [11]. При развитии чувства одиночества наблюдается нарушение коммуникации и развивается патологическая привычка молчать. Также речь нарушается в виду присутствующего чувства горя (потеря близких, друзей, работы, социального статуса и другое) и многих социально-средовых факторов, которые на современном этапе развития общества резко отличны от прошлого века, где наблюдался расцвет культуры как личной, так и в среде жизни, в которой присутствовала большая возможность культурного самопроявления членов социума [12].

Описанные причины нарушения речи у людей в пожилом возрасте также усугубляют их образ и нарушают возможности речевой коммуникации, что вновь отрицательно влияет на восприятие их личности окружающими их людей. И в совокупности рассмотренных факторов создаются условия по развитию отношения к пожилым людям, имеющим сниженные показатели уважения и других морально-нравственных и ценностных критериев как к уважаемым и значимым членам социума.

Также, учитывая, что в современном мире присутствует тенденция к личному росту, к целевому достижению поставленных задач перед индивидом, в которых финансовая состоятельность находится на одном из лидирующих мест, что поддерживается и развивается на уровне многих курсов личностного роста, то в данном рассмотрении пожилые люди, находясь в состоянии бедности, исходя из транслируемых постулатов, относятся к людям, которые не смогли ничего добиться в жизни [13]. И это продуцирует к ним и их высказываниям, их мнению отрицательное отношение среди более молодого поколения, увеличивая степень отсутствия уважительного к ним отношения в социуме.

Так, необходимо отметить, что в современном обществе в социальной среде жизни присутствует высокая степень речевой агрессии среди окружающих в целом, которые часто даже в рамках выполнения своих профессиональных обязанностей проявляют агрессивные коммуникации, нарушающие этику делового взаимодействия и качество обслуживания потребителей различного уровня [14]. Агрессивные коммуникации стали фоном жизни, присутствующим во всех сферах обслуживания населения, что порождает конфликты на фоне создания условий, в которых граждане страны отстаивают свои права в факторах сохранения элементарных условий их обслуживания (остановить общественный транспорт на автобусной остановке, уступить место в транспорте, вежливо обслужить в магазине и другое, что отражает элементарные факторы поддержания жизнедеятельности), и в особенности эта ситуация отражается на пожилых людях, которые в свой адрес слышат часто унижающие и оскорбляющие фразы. Такие как «сидите дома» или «не мешайте жить», что порождает жизнь пожилых людей в среде буллинга со стороны окружающих, ухудшающих как их физическое (психосоматические и нейрофизиологчиеские аспекты на уровне автономной нервной системы), так и психоэмоциональное и социальное положение.

Речевые коммуникационные взаимодействия с пожилыми людьми имеют ещё одно отличие, где в факторах наличия у них сформированной интеллигентной личности они часто в любой ситуации становятся жертвой агрессии со стороны окружающих, так как их воспитание не позволяет им морально и физически опуститься до ответной речевой агрессии. В то же время их коммуникаторы (оппоненты коммуникации), которые совершают буллинг относительно данной категории граждан, не имеют сформированных морально-нравственных ценностей, в их категории коммуникаций отсутствует уважение к собеседнику.

Также наблюдения в области коммуникации на уровне речевой агрессии позволяют выделить в социальной среде известные как ошибочные и ложные аргументы, свойственные для сознательного агрессора, который стремится сознательно создать «образ существующей правдивой причины своей агрессии», зная, что он не прав. Они имеют следующие структурные составляющие обоснования грубого и неуважительного поведения по отношению к пожилым людям, такие как: довод к публике, аргумент к силе (угрозы), аргумент к невежеству, замена темы разговора, склонность к жалости, введение в заблуждение, что позволяет отразить существующую атмосферу отношения к пожилым людям у многих представителей общества, у которых их речевая агрессия при взаимодействии с пожилыми людьми становится часто целенаправленным деструктивным проявлением личности. И данные факторы нуждаются в коррекции со стороны стабилизации качества обслуживания в различных сферах жизнедеятельности.

Заключение

Проведённое исследование позволило выявить, что в социальной среде в большей степени присутствуют параметры речевой категории как речевой агрессии во взаимоотношении с людьми в пожилом возрасте. Также речевая агрессия при взаимодействии с пожилыми людьми продуцирует состояние, противоречащее этичным и культурным нормам общения в обществе. Она создает условия для формирования отрицательного фона психоэмоционального состояния, создавая предпосылки психической напряженности, страха за будущие, а также показателей нестабильности жизни среди населения. Это приводит к глубокой внутренней подавленности у пожилых людей, которые чувствуют безысходность в рамках созданной ситуации, обусловленной как низким финансовым уровнем своей жизни, так и буллингом со стороны многих представителей общества во внешней среде жизни, где даже в общественных и социально значимых местах они испытывают по отношению к себе речевую агрессию, унижающую их достоинство.

Выявленные факторы позволяют говорить о необходимости создания безопасной, антибуллинговой среды жизни для пожилых людей в социуме, которая позволит им чувствовать себя достойными гражданами страны. Также важными определяются аспекты повышения культуры самопроявления в поведенческих, эмоциональных, деятельных реакциях в обществе, а также на уровне созданного образа, который подчёркивает сформированную культуру личности человека, что позволит создать интеллигентное общество в целом, которое будет применять в своей жизни категорию вежливости в речевой коммуникации, отражая высокое качество жизни в стране в целом, указывая на уровень её благополучного развития.

Список литературы

1. Пономарева И. В. Псевдокоммуникация как результат нарушения принципов вербального общения // Фундаментальные исследования. 2013. №. 6–4. С. 1028–1031.

2. Сучкова Г. М. Прагматические аспекты речевого взаимодействия. Паттерны коммуникации // Вестник Челябинского государственного университета. 2008. №. 36. С. 137–142.

3. Сильницкая А. С., Гусев А. Н. Сравнительный анализ влияния демонстративности, гипертимности и дистимности на интонационные параметры речи // Национальный психологический журнал. 2013. №. 1 (9). С. 110–120.

4. Щанина Е. В. Интеграция пожилых людей в современный социум // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2015. №. 1 (33). С. 150–162.

5. Чупрына О. Г. Дискурс социального неравенства: проблема языковой репрезентации дискриминации по возрасту // Вопросы когнитивной лингвистики. 2020. №. 1. С. 94–102.

6. Яшенева А. С. Психолингвистические признаки агрессивной речи // Наука и образование сегодня. 2017. №. 8 (19). С. 67–69.

7. Казакова А. Ю. «Социальное дно»: кризис гендерной идентичности как показатель глубины дезадаптации // Женщина в российском обществе. 2015. №. 2 (75). С. 49–59.

8. Фуряева Т. В. Инклюзивный подход в работе с пожилыми людьми. Модели преодоления геронтологического эйджизма // Siberian Journal of Life Sciences and Agriculture. 2021. Т. 13. № 1. С. 297–314.

9. Гусева Е. В. Агрессия по отношению к бомжам и инвалидам: ненависть или страх // Российская наука и образование сегодня: проблемы и перспективы. 2015. №. 4. С. 17–21.

10. Кирсанова С. В. Клинико-социальная характеристика пациентов с частичным отсутствием зубов и внедрение критериев качества жизни для оценки эффективности их лечения // Институт стоматологии. 2007. №. 4. С. 24–25.

11. Арский А. А. Категориальные и прагматические аспекты речевых актов угрозы и предостережения // Управление образованием: теория и практика. 2022. №. 9 (55). С. 22–28.

12. Бабинцев В. П., Гайдукова Г. Н., Шаповал Ж. А. Проблема социокультурных констант в нестабильной социальной реальности (региональный аспект) // Социодинамика. 2020. № 5. С. 94–104.

13. Боженкова К. А. Психологические особенности людей пожилого возраста // Приволжский научный вестник. 2016. №. 3 (55). С. 130–132.

14. Иванова Т. И. Культура речи в современном социуме // Научный вестник Московского государственного технического университета гражданской авиации. 2005. №. 95. С. 115–119.

References

1. Ponomareva IV. Psevdokommunikaciya kak rezul'tat narusheniya principov verbal'nogo obshcheniya = Pseudocommunication as a result of violation of the principles of verbal communication. *Fundamental research*. 2013;(6-4):1028-1031. (In Russ.).

2. Suchkova GM. Pragmaticheskie aspekty rechevogo vzaimodejstviya. Patterny kommunikacii = Pragmatic aspects of speech interaction. Patterns of communication. *Bulletin of the Chelyabinsk State University.* 2008;(36):137-142. (In Russ.).

3. Sil'nickaya AS, Gusev AN. Sravnitel'nyj analiz vliyaniya demonstrativnosti, gipertimnosti i distimnosti na intonacionnye parametry rechi = Comparative analysis of the influence of demonstrativeness, hyperthymia and dysthymia on intonation parameters of speech. *National Psychological Journal.* 2013;(1(9):110-120. (In Russ.).

4. Shchanina EV. Integraciya pozhilyh lyudej v sovremennyj socium Integration of the elderly into modern society. News of higher educational institutions. *The Volga region. Social sciences.* 2015;(1(33):150-162. (In Russ.).

5. Chupryna OG. Diskurs social'nogo neravenstva: problema yazykovoj reprezentacii diskriminacii po vozrastu. = The discourse of social inequality: the problem of linguistic representation of age discrimina*tion. Issues of cognitive linguistics.* 2020;(1):94-102. (In Russ.).

6. Yasheneva AS. Psiholingvisticheskie priznaki agressivnoj rechi = Psycholinguistic signs of aggressive speech. *Science and education today.* 2017;(8(19):67-69. (In Russ.).

7. Kazakova AYu. «Social'noe dno»: krizis gendernoj identichnosti kak pokazatel' glubiny dezadaptacii = "Social bottom": the crisis of gender identity as an indicator of the depth of maladjustment. *Woman in Russian society.* 2015;(2(75):49-59. (In Russ.).

8. Furyaeva TV. Inklyuzivnyj podhod v rabote s pozhilymi lyud'mi. Modeli preodoleniya gerontologicheskogo ejdzhizma = An inclusive approach to working with the elderly. Models of overcoming gerontological ageism. *Siberian Journal of Life Sciences and Agriculture.* 2021;(13(1):297-314. (In Russ.).

9. Guseva EV. Agressiya po otnosheniyu k bomzham i invalidam: nenavist' ili strah = Aggression towards homeless and disabled people: hatred or fear. *Russian science and education today: problems and prospects.* 2015;(4:)17-21. (In Russ.).

10. Kirsanova CV. Kliniko-social'naya harakteristika pacientov s chastichnym otsutstviem zubov i vnedrenie kriteriev kachestva zhizni dlya ocenki effektivnosti ih lecheniya = Clinical and social characteristics of patients with partial absence of teeth and the introduction of quality of life criteria to assess the effectiveness of their treatment. *Institute of Dentistry.* 2007;(4):24-25. (In Russ.).

11. Arskij AA. Kategorial'nye i pragmaticheskie aspekty rechevyh aktov ugrozy i predosterezheniya // Upravlenie obrazovaniem: teoriya i praktika. = Categorical and pragmatic aspects of speech acts of threat and warning. *Education management: theory and practice.* 2022;(9(55): 22-28. (In Russ.).

12. Babincev VP, Gajdukova GN, Shapoval ZhA. Problema sociokul'turnyh konstant v nestabil'noj social'noj real'nosti (regional'nyj aspekt) = The problem of sociocultural constants in unstable social reality (regional aspect). *Sociodynamics*. 2020;(5):94-104. (In Russ.).

13. Bozhenkova KA. Psihologicheskie osobennosti lyudej pozhilogo vozrasta = Psychological characteristics of elderly people. *Volga Scientific Bulletin.* 2016;(3(55):130-132. (In Russ.).

14. Ivanova TI. Kul'tura rechi v sovremennom sociume = Culture of speech in modern society. *Scientific Bulletin of the Moscow State Technical University of Civil Aviation.* 2005;(95):115-119. (In Russ.).

Информация об авторе

Ю. А. Ольховская — стажёр-исследователь.

Information about the author

Yu. A. Olkhovskaya — research intern.

Статья поступила в редакцию 14.06.12.2024; одобрена после рецензирования 05.07.2024; принята к публикации 24.09.2024.

The article was submitted 14.06.2024; approved after reviewing 05.07.2024; accepted for publication 24.09.2024.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 174–182.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):174-182.

Научная статья

УДК 81.811

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-174-182

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДЕЯТЕЛЯ (НА МАТЕРИАЛЕ ИНТЕРВЬЮ С С. В. АВКСЕНТЬЕВОЙ)

Ольга Юрьевна Подъяпольская

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, oljapod@mail.ru, 0000-0003-3106-0092

Аннотация. Настоящая статья посвящена исследованию репрезентации идентичности политического деятеля на материале интервью с действующим политиком, членом партии и одноименной фракции «Новые люди» в Государственной Думе РФ Сарданой Владимировной Авксентьевой. Актуальность настоящего исследования состоит в описании спектра идентичностей, присущих современному человеку, а также в выявлении средств их объективации. В рамках статьи рассматривается понятие идентичности, её сущностные характеристики, в частности, отмечается дуализм, процессуальность, многоуровневый и трансформационный характер данного явления. Описывается особенность социальной самоидентификации, главным мотивом которой выступает самопрезентация с целью создания имиджа. Отмечается, что на речевом уровне экспликация данного процесса может осуществляться как прямым, так и косвенным способом через формулу «я/мы + (как) таксономический предикат (+квалитативный атрибут)». Далее рассматриваются различные типы персональной и коллективной идентичности С. В. Авксентьевой, выявленные в исследуемых интервью (национальная, этническая, профессиональная, территориально-региональная, гендерная, социально-ролевая и пр.), а также языковые средства их объективации. В заключении отмечается, что жанр интервью предоставляет возможность создания имиджа опытного и успешного политика в глазах избирателей путём экспликации социальной самоидентификации последнего. Ведущей в рамках исследуемых интервью является политическая идентичность С. В. Авксентьевой, выступающая своеобразным контекстуальным «обрамлением» для всего спектра идентичностей, присущих политику. Исследуемый материал демонстрирует наличие у политика как достигнутых, так и формирующихся типов идентичности. В частности, в качестве последних можно обозначить сетевую и регионально-территориальную идентичности, которые кроме прочего эксплицируются через формулу «я не + таксономический предикат». «мы-идентичность» ярко проявлена в рамках политической, национальной и этнической идентичностей С. В. Авксентьевой. «Я-идентичность» составляет основу для профессиональной, статусной, социально-ролевой, гендерной и сетевой идентичностей. Преобладающим способом экспликации всех перечисленных типов идентичностей политика является косвенный способ. Для объективации перечисленных типов идентичности используются разнообразные по своей природе лингвостилистические средства.

Ключевые слова: идентичность, типы идентичности, социальная самоидентификация, достигнутая идентичность, формирующуюся идентичность, «я-идентичность», «мы-идентичность», вербальный маркер идентичности, прямой, косвенный способ объективации идентичности.

Для цитирования: Подъяпольская О. Ю. Репрезентация идентичности политического деятеля (на материала интервью с С. В. Авксентьевой) // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 174–182. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-174-182.

Original article

REPRESENTATION OF THE IDENTITY OF A POLITICAL FIGURE (BASED ON AN INTERVIEW WITH S. V. AVKSENTIEVA)

Olga Yu. Podyapolskaya

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, oljapod@mail.ru, 0000-0003-3106-0092

Abstract. This article is devoted to the study of the representation of the identity of a political figure based on an interview with a current politician, a member of the party and the faction of the same name “New People” in the

© Подъяпольская О. Ю., 2024

State Duma of the Russian Federation, Sardana Vladimirovna Avksentyeva. The relevance of this study lies in the description of the spectrum of identities inherent in modern man, as well as in identifying the means of their objectification. The concept of identity, its essential characteristics are considered, in particular, dualism, processuality, multi-level and transformational nature of this phenomenon are noted. The peculiarity of social self-identification is described, the main motive of which is self-presentation for the purpose of creating an image. It is noted that at the speech level, the explication of this process can be carried out both directly and indirectly through the formula "I/We + (as) taxonomic predicate (+qualitative attribute)."Next, various types of personal and collective identity of S. V. are considered. Avksentyeva, identified in the interviews studied (political, national, ethnic, professional, territorial-regional, gender, social-role, etc.), as well as linguistic means of their objectification. In conclusion, it is noted that the interview genre provides an opportunity to create the image of an experienced and successful politician in the eyes of voters by explicating the latter's social self-identification. The leading one in the interviews being studied is the political identity of S. V. Avksentieva, acting as a kind of contextual "frame" for the entire spectrum of identities inherent in politics. The material under study demonstrates that the politician has both achieved and emerging types of identity. In particular, the latter can be identified as network and regional-territorial, which, among other things, are explicated through the formula "I am not + taxonomic predicate." "we-identity" is clearly manifested within the political, national and ethnic identities of S. V. Avksentieva. "I-identity" forms the basis for professional, status, social-role, gender and network identities. The predominant way of explication all of these types of political identities is indirect. To objectify the listed types of identity, linguistic and stylistic means of various nature are used.

Keywords: identity, types of identity, social self-identification, achieved identity, emerging identity, "I-identity", "we-identity", verbal marker of identity, direct, indirect way of objectifying identity

For citation: Podyapolskaya OYu. Representation of the identity of a political figure (based on an interview with S. V. Avksentieva). *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;(8(490):174-182. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-174-182

Введение

В современную эпоху постмодернизма с её глобальным и одновременно многоликим миром остро встаёт проблема идентичности каждого отдельного индивида. По мнению американского психолога Кеннета Дж. Гергена, в постмодернистском мире не существует индивидуальная опора, с которой человек связан или которой должен оставаться верен. Собственная идентичность вновь и вновь возникает, перестраивается, меняет направление, пока человек «двигается по морю постоянно сменяющих друг друга отношений» [перевод наш. — ***Прим. автора***] [17]. Актуальность настоящего исследования, таким образом, состоит в описании спектра идентичностей, присущих современному человеку, а также в выявлении средств их объективации.

В политической сфере репрезентация идентичности публичного политика нацелена в первую очередь на создание положительного имиджа последнего в глазах избирателей и общественности в целом. В фокусе настоящего исследования находится репрезентация идентичности Сарданы Владимировны Авксентьевой, члена фракции от партии «Новые люди» Государственной Думы РФ. Материал исследования составили тексты четырёх интервью политика, размещённых на сайтах электронных СМИ с 2021 по 2023 гг.

В фокусе исследования находится такой медийный жанр как *интервью-портрет*, представляющий собой беседу от первого лица с персоной, добившейся успехов в определённой общественно значимой сфере [14]. Данный жанр позволяет интервьюируемому раскрыться как личность, в том числе продемонстрировав обширный спектр своих идентичностей посредством ответов на вопросы журналиста.

В качестве методов исследования использовались метод *контекстуального анализа*, предполагающий привлечение к интерпретации исследуемого явления как узкого контекста (ограниченного рамками предложения и текста), так и широкого контекста (предполагающего обращение к социокультурному контексту), а также *метод лингвостилистической интерпретации*, позволяющий выявить лингвостилистические средства объективации того или иного типа идентичности.

К природе понятия «идентичность»

Как отмечает Р. Б. Сапожникова, «в буквальном переводе «identity» имеет два значения: узнавание и отождествление» [11]. Оба этих значения находят отражение в определении идентичности Э. Эриксона, американского психолога, разработавшего данное понятие [15], где узнавание — это субъективное восприятие единства своей личности, её самости и отдельности от других индивидуумов, а отождествление — понимание своей причастности, принадлежности к какой-либо группе. Вопрос о «парадоксальной связи

между двумя этими гранями идентичности» поднимает немецкий историк религии и культуры Я. Ассман. В частности, он отмечает, что индивидуальная идентичность (я-идентичность) «складывается у отдельного человека благодаря его вовлеченности в модели взаимодействия и коммуникации группы, к которой он принадлежит <…> Коллективная, или мы-идентичность, не существует вне индивидуумов, которые образуют и воплощают это «мы»» [1].

Рассматривая другие сущностные характеристики данного явления, отметим также его многоуровневый, а также трансформационный характер. Идентичность — это структура, которая может развиваться на протяжении всей жизни индивидуума «в прогрессивном или регрессивном направлениях, то есть может быть «успешной» (позитивной) или «негативной» (индивид отклоняет любые взаимодействия)» [3]. А. И. Ковалева выделяет *наипростейшую, формирующуюся,* и *достигнутую* идентичности [5]. «Наипростейшая идентичность осознаётся человеком в детском возрасте на первичной стадии социализации по элементарным физическим данным». Формирующаяся идентичность представляет собой «развёрнутый процесс социализации по освоению индивидом социальных норм и культурных ценностей, обладание которыми необходимо носителю желаемой идентичности» [Там же]. Достигнутая идентичность «представляет собой наиболее высокий уровень социальной идентичности, обретённой индивидом, когда человек знает, кто он и чего он хочет» [Там же].

Формирование идентичности (как некоего результата) происходит в процессе самоидентификации, под которой И. В. Лысак понимает «процесс формирования человеком представления о себе самом как о самотождественной, цельной и уникальной личности» [8] с определённым набором разного рода качеств: как физических, так и моральных. Мы в свою очередь, вслед за Л. В. Кривых, отметим, что данный процесс предполагает также и осознание себя как части определённой социальной общности: «Любая идентичность предполагает акты самоидентификации: проекцию внутренней личностной структуры в мир. При этом можно ощущать себя либо автономно самодостаточным (Я есть Я), либо частью некоей целостности (Я есть часть Мы)» [6]. Данное утверждение вполне созвучно содержанию понятия идентичности Э. Эриксона, а также отражает два воплощения явления самоидентификации, представляющего собой как процесс формирования идентичности, так и результат данного процесса.

Далее следует разграничить *личностную самоидентификацию*, мотивом которой, по мнению Ю. В. Звонаревой, является самопознание (попытка осознать свою уникальность как личности, самооценка), и *социальную самоидентификацию,* мотивом которой является создание имиджа в глазах окружающих через самопрезентацию [4]. Последнее является особенно важным для политического деятеля, стремящегося таким образом привлечь на свою сторону максимальное количество сторонников и избирателей. Имидж, как отмечает Д. А. Щитова — это «долговременная ролевая маска», которая «надевается» кем-либо для достижения популярности, завоевания внимания, поддержания общественного интереса к своей персоне, достижения целей» [14].

Как отмечает Л. А. Лаппо, процесс самоидентификации может маркироваться в речи индивидуума прямым и косвенным способом [7]. По определению И. В. Шалиной, *прямой способ* представляет собой использование формулы «Имя (местоимение) + характеризующий/таксономический предикат» [13]. Таксономический предикат (наименования лиц по профессии, роду занятий, политической и идеологической принадлежности и пр.) обозначает принадлежность индивида к какой-либо группе, в то время как характеризующий предикат содержит определённого рода оценку объекта номинации [13]. Мы расширим данную формулу с помощью союза *как*, поскольку считаем, что конструкция «я/мы + (*как*) таксономический предикат» (*я как женщина*) также достаточно эксплицитно маркирует идентичность индивида, в том числе причисляя его к определённой общности. При *косвенном способе* объективации (по М. А. Лаппо) «имеет место либо переносное использование элементов «самоидентификационной формулы» <…>, либо «самоидентификационная формула» является результатом выводного знания, т. е. она достраивается адресатом самостоятельно, на основе имеющихся у него знаний о мире» [7]. В более раннем исследовании мы сформулировали следующее определение вербальных маркеров самоидентификации, под которыми «мы понимаем различные по объему языковые единицы (слово, словосочетание, устойчивое выражение и пр.), выполняющие функцию таксономического и/или характеризующего предиката, который прямо или косвенно объективирует в речи тот или иной вид идентичности» [9].

Репрезентация идентичности С. В. Авксентьевой

Поскольку Сардана Владимировна Авксентьева является публичной личностью и действующим политиком, без сомнения нацеленным на создание положительного имиджа в глазах сторонников и избирателей, мы можем утверждать, что в исследуемых интервью эксплицирована преимущественно *социальная самоидентификация*, которая отражает целый набор её идентичностей: политическую, национальную, этническую, профессиональную, гендерную и др.

На речевом уровне экспликация данного процесса может осуществляться как прямым, так и косвенным способом через формулу «я/мы + (как) таксономический предикат (+квалитативный атрибут)». Квалитативный атрибут в данном случае расширяет идентификационную формулу, привнося в неё оценочный компонент.

Все перечисленные выше виды идентичности С. В. Авксентьевой были в той или иной мере эксплицированы в исследуемых интервью в рамках как персональной идентичности («*я*-идентичность»), так и коллективной / групповой её разновидности («*мы*-идентичность»). Наиболее ярко в исследованных нами интервью представлена *политическая идентичность* С. В. Авксентьевой, которая подробно была описана нами в более раннем исследовании [9]. Отметим только, что данная разновидность идентичности в подавляющем большинстве случаев эксплицирована в виде «*мы*-идентичности». В рамках настоящей статьи мы обратимся к исследованию других разновидностей социальной идентичности данного политика.

Так в интервью находит репрезентацию *национальная идентичность* политика, которую, по определению В. Р. Манаковой, можно описать как «чувство принадлежности к тому или иному государству» [16]. В данном случае речь идет о Российской Федерации. В интервью изданию «БИЗНЕС Online» С. В. Авксентева поднимает важные вопросы этнической и региональной самоидентификации, межэтнических конфликтов: (1) «В этом смысле межнациональный мир и согласие в Якутии незыблемы, и на этом *наша республика* держится» [«БИЗНЕС Online»]; (2) «*У нас в Якутии* в своё время тоже был президент житель Якутии. <…> Когда мы говорим на языке саха, он для нас Ил Дархан» [«БИЗНЕС Online»]; (3) «*Мы часть России, якуты — россияне*, и точка» [«БИЗНЕС Online»]. В представленных примерах наряду с национальной представлены этническая и регионально-территориальная «*мы*-идентичность». Языковыми маркерами перечисленных видов идентичности в тексте интервью выступают инклюзивное *мы (наш)* и таксономические предикаты *«россияне», «якуты», «житель Якутска»* (прямой способ объективации). Кроме того, используются и косвенные способы объективации через словосочетания *«наша республика», «у нас в Якутии», «мы часть России» (= мы – якуты, жители республики, россияне)*. Как видно из примера (2), политик упоминает и такие составляющие этнической идентичности как язык, историю и этнический колорит. Последний обозначен как *«национальный колорит»*, однако в контексте интервью становится понятным, что имеется в виду отдельный этнос — якуты, составляющий часть более широкого образования — нации, а именно — россиян.

Интересным представляется тот факт, что этническая и региональная самоидентификация С. В. Авксентьевой в некоторых случаях эксплицируется через прямое или косвенное отрицание какой-либо идентичности, контекстно связанной с перечисленными выше. Так, например, через формулу «я *не* + таксономический предикат» *«я не русский человек»* [«БИЗНЕС Online»] она подчёркивает свою этническую «*я*-идентичность».

Свой недавний статус жителя Московской области интервьюируемая иронично характеризует с помощью своеобразного этнохоронима *«замкадыш»* с уничижительной окраской, выступающего в функции таксономического предиката. Квалитативный атрибут *«принципиальный» (= я принципиальный замкадыш)*, придающий высказыванию ироничную окраску за счёт стилистического контраста, акцентируется с помощью парцелляции: «Но по утрам и вечерам мне удобнее на метро. <…> *Я ж «замкадыш». Принципиальный»* [«БИЗНЕС Online»].

Рассмотрим ещё один интересный пример, демонстрирующий как «*я*-идентичность», так и «*мы*-идентичность» С. В. Авксентьевой. В интервью «БИЗНЕС Online», описывая планы на празднование новогоднего праздника, она вновь иронизирует по поводу своего статуса некоренной москвички с помощью косвенного отрицания регионально-территориальной идентичности *«мы будем изображать москвичей» (= мы (я и муж) ненастоящие, некоренные москвичи)*. ЪЛексемы *трудовой мигрант* и *гастарбайтер*, являющиеся таксономическими предикатами *(«в Москве я гастарбайтер, в некоторой степени трудовой мигрант»)* [«БИЗНЕС Online»],

представляют собой прямой способ самоидентификации политика. Отметим, что заимствованная из немецкого языка лексема гастарбайтер приобрела в русском языке уничижительную окраску [10] и в описываемом контексте подчеркивает неустойчивость статуса интервьюируемой как местной жительницы. Из вышесказанного можно сделать вывод, что актуальная региональнo-территориальная идентичность политика находится в стадии формирования (*формирующаяся идентичность*). Кроме того, с нашей точки зрения, посредством перечисленных выше маркеров идентичности политик подчёркивает преданность своему этносу и региону, откуда она родом, а также дистанцируется от элиты и коренных москвичей, что позволяет ей акцентировать близость к простым гражданам, своим избирателям, и его нуждам.

В следующих далее примерах эксплицирована профессиональная идентичность С. В. Авксентьевой как профессионального историка. Данный тип идентичности представлен исключительно в виде «*я*-идентичности», объективированной с помощью личного местоимения 1-ого лица ед.числа: (1) «*Как историк я* придерживаюсь позиции <…>» [«BFM.ru»]; (2) «*Здесь я включаю режим нудного историка*» [«БИЗНЕС Online»]. В первом примере (1) профессиональная идентичность эксплицитно маркирована конструкцией «*я* + как + таксономический предикат (*наименование лица по профессии*)». Во втором примере (2) мы наблюдаем использование косвенного способа репрезентации профессиональной идентичности. Размышляя об очередном законе, Сардана Владимировна использует иронию в виде метафоры *«включить режим нудного историка» (я = нудный историк)*, чтобы обосновать свою позицию. Ироничная окраска в данном случае создаётся квалитативным атрибутом *«нудный»* (пейоративная оценка), с помощью которого в свою очередь осуществляется самопрезентация политика как человека, способного критично относиться к своим недостаткам.

Далее отметим, что в интервью политика широко представлена социальная самоидентификация, связанная с её деятельностью в качестве государственного и муниципального служащего. В определённой мере мы можем данный тип идентичности также обозначить как *профессиональную идентичность*, поскольку она предполагает наличие у индивида соответствующего уровня образования (в том числе профессионального) и профессиональных компетенций, которые определяют его мировоззрение и личностные качества. В исследуемых интервью данный вид профессиональной идентичности связан с прошлым политика, но не утратил для неё свою актуальность и может, таким образом, быть обозначен как *достигнутая идентичность*: (1) «Я <…> *всю жизнь на службе: на государевой службе, на муниципальной службе, я была и чиновником, и избранным мэром*» [«BFM.ru»]; (2) *«Я, как в свое время избранный мэр города Якутска»* [«Комсомольская правда. Якутия»]; (3) «Я <…> законопроекты *по-прежнему* рассматриваю *с позиции мэра среднего российского города»* [«БИЗНЕС Online»].

В приведённых цитатах Сардана Владимировна достаточно эксплицитно заявляет о своей идентичности через использование конструкций «я была + таксономический предикат (*«я была чиновником, избранным мэром»*) и «я как + таксономический предикат + квалитативный атрибут» (*«я, как <...> избранный мэр Якутска»*). Как видим, данная самоидентификация является достаточно актуальной для политика и в настоящий момент, что подчеркивается с помощью языковых средств с темпоральным значением (выражение *«всю жизнь на службе»*, наречие *«по-прежнему»*) и обстоятельства образа действия *«с позиции мэра»* в сочетании с определением *«среднего российского города»*, под которым и понимается город Якутск.

Следует отметить, что, позиционируя себя как мэр, чиновник, член партии, депутат Государственной Думы РФ, С. В. Авксентьева также актуализирует свою *статусную идентичность*, приобретённую ей в результате долгой и успешной карьеры.

Все предыдущие рассмотренные нами виды социальной самоидентификации касались общественной и профессиональной деятельности Сарданы Владимировны. Однако в её интервью ярко представлены и другие типы идентичности, характеризующие ее как женщину (в том числе определенного возраста), дочь, жену, маму, бабушку. Например, в её интервью отражена *семейно-ролевая идентичность*, связанная с ролью жены, мамы, дочери, домохозяйки. В данном типе идентичности проявлена также *гендерная идентичность*, демонстрирующая набор типичных социальный ролей, приписываемых женщине в российском обществе.

Так гендерная идентичность объективирована в следующем примере, где Сардана Владимировна заявляет о том, что пишет все свои посты

в социальных сетях лично, но сначала показывает их мужу. Гендерная идентичность в данном случае выражается с помощью конструкции *«мне как женщине» (= я – женщина)*, а также через описание маскулинных качеств, которые, как можно предположить из контекста, присущи её мужу и которых не хватает ей как женщине: «Потому что *мне важно мужское восприятие, холодный ум как женщине*» [«Номер один_»]. Следующий пример содержит косвенную экспликацию гендерной идентичности Сарданы Владимировны в её коллективном проявлении через употребление существительного «*женщины*» во множественном числе и местоимения *«нам»* (инклюзивное *мы*): «*Женщины* знают, что по утрам *нам* совсем не до чтения» [«Номер один_»].

В этом же интервью Сардана Владимировна использует свою семейно-ролевую идентичность, чтобы обосновать позицию по вопросу несанкционированных митингов, которую она эксплицирует с помощью сравнительной конструкции «*размышляю как мама*» (= я — мама, косвенный способ объективации): «Зато конкретные люди бы пострадали. <…> *Я размышляю как мама*» [«Номер один_»].

В интервью СМИ «Номер один_» представлены сразу несколько видов семейно-ролевой идентичности, а именно — домохозяйки, мамы и жёны. В частности, политик «*считает*», что забота женщины о домашнем хозяйстве (стирка, приготовление пищи, наведение порядка в доме) «*эмоционально очищает*» [«Номер один_»]. «Во-вторых, *никто не будет заботиться о твоей семье так, как ты*. <…> Тем более что сейчас дети уже выросли, *мы с мужем вдвоем, особенных хлопот нет*» [«Номер один_»]. Все три разновидности идентичности выражены косвенно. Первый — через глагол мнения «*считаю*», описание обязанностей домохозяйки и их положительную оценку (*«это эмоционально очищает»*). Использование лексемы с положительной коннотацией *«заботиться»*, обобщающей конструкции *«никто так, как ты»* (ты с обобщающим значением = никто так, как любая женщина / жена), транслируют принятие традиционной роли домохозяйки. Упоминание детей эксплицирует идентичность интервьюируемой как мамы, фраза *«с мужем вдвоём»* — роль жены:

Ещё один вид семейно-ролевой идентичности, выявленной нами в интервью — это самоидентификация политика как дочери советского офицера: (1) «Горжусь тем, что *я дочь советского офицера*» [«Номер один_»]; (2) «*Как дочь советского офицера* я, конечно, понимаю, что такое вопросы обороны» [«БИЗНЕС Online»]. Как нам видится, таким образом С. В. Авксентьева характеризует себя как личность, воспитанную в определённой атмосфере, связанной с профессиональным родом деятельности отца-военнослужащего, и добавляет положительные коннотации в свой имидж политика, поскольку, как видно из примера (2) подчёркивает свою компетентность в определённого рода вопросах. В обоих примерах представлены прямые способы объективации (я – (как) + таксономический предикат + квалитативный атрибут).

Кроме того, в своих интервью Сардана Владимировна намекает на свой зрелый возраст и косвенным образом объективирует свою *возрастную идентичность* в речи: в цитате (1) — с помощью причастного оборота (*«человек, прошедший полувековой путь»*), в цитате (2) — через метафору *«прелесть моего возраста»*: (1) «*Как человек, прошедший полувековой путь*, я понимаю, что революции откидывают страну очень сильно назад» [«Номер один_»]; (2) «Как сказал один мой наставник, «эти кабинеты сломили не один вольный дух, держись». Но, к счастью, — и в этом *прелесть моего возраста — я состоявшийся человек*» (интервью «БИЗНЕС Online»). Утверждение *«я состоявшийся человек»* через объективацию сформировавшейся *статусной идентичности* усиливает образ умудренного опытом политика, что, безусловно, работает на создание положительного имиджа в глазах избирателей и сторонников политика.

И наконец, отметим еще одно проявление идентичности С. В. Авксентьевой как человека публичного, а именно её самоидентификацию в качестве блогера (у Сарданы Владимировны есть блог в социальной сети ВКонтакте). Данный тип идентичности представляет собой так называемую *сетевую идентичность* [12]. Сетевая идентичность проявляется через конструирование так намываемого «цифрового имиджа», целью которого является, по мнению И. В. Фроловой, создание некоего виртуального образа индивида, стремящегося представить последнего в наиболее привлекательном свете [Там же]. Особенностью сетевой идентичности С. В. Авксентьевой как публичного человека является тот факт, что она отражает её реальную («аутентичную»), а не вымышленную («фикциональную») личность (последнее, как мы знаем, допускает данная сфера коммуникации). Политик ведет блог под своими реальными именем и фамилией, выступает от первого лица, т. е. проецирует свою

реальную идентичность в виртуальную среду. Стоит также отметить, что данный тип идентичности находится в стадии формирования, что Сардана Владимировна в ответе на вопрос журналиста подчёркивает с помощью окказионализма *«полублогер»*, а также с помощью прямой формулы, содержащей отрицательную самоидентификацию «я *не* + таксономический предикат» (*«я не совсем блогер»*), смягчённую наречием *«совсем»* со значением меры: *«Никогда не предполагала, что к 50 годам стану полублогером. Я все-таки не совсем блогер — потому что профессиональные блогеры на этом зарабатывают»* [«БИЗНЕСOnline»].

Следует заметить, что сетевая идентичность также находится в подчинённом отношении к политической, поскольку С. В. Авксентьева ведёт свой блог, прежде всего позиционируя себя в нём как публичный политик. В частности, большая часть постов в её блоге посвящены описанию законодательной деятельности как самой Сарданы Владимировны в стенах Государственной Думы РФ, так и деятельности партии «Новые люди», членом которой она является. Отметим, что, с нашей точки зрения, эргоним, представляющий собой название партии, является косвенным способом выражения коллективной идентичности её членов и может быть эксплицирован при помощи идентификационной формулы «мы — партия новых людей», т. е. партия несущая свежие, прогрессивные идеи.

Выводы

В ходе исследования мы пришли к следующим выводам.

1. Жанр интервью предоставляет С. В. Авксентьевой как публичному политику возможность продемонстрировать большой спектр своих идентичностей, что способствует созданию имиджа опытного, успешного общественного деятеля, идейно близкого своим избирателям, личности состоявшейся, придерживающейся традиционных ценностей, таких как — любовь к родине (в том числе малой), принятие традиционной роли жены и матери, поддержание семейных традиций.

2. Ведущей в рамках исследуемых интервью является политическая идентичность С. В. Авксентьевой, выступающая своеобразным контекстуальным «обрамлением» для всего спектра идентичностей, присущих политику.

3. Исследуемый материал демонстрирует наличие у политика как достигнутых, так и формирующихся видов идентичности. В частности, в качестве последних можно обозначить сетевую и регионально-территориальную, которые кроме прочего эксплицируются через формулу «я *не* + таксономический предикат».

4. Все перечисленные виды идентичности воплощены как в виде «*мы*-идентичности» (маркер — инклюзивное *мы*), так и «*я*-идентичности» (маркер — личное местоимение *я*), вписанными в формулу «я/мы + (как) таксономический предикат (+квалитативный атрибут)» с преобладанием косвенного способа её экспликации. «*Мы*-идентичность» ярко проявлена в рамках политической, национальной и этнической идентичностей С. В. Авксентьевой. «*Я*-идентичность» составляет основу для профессиональной, статусной, социально-ролевой, гендерной и сетевой идентичностей. Для объективации перечисленных видов идентичности используются разнообразные по своей природе лингвостилистические средства.

Список источников

1. Ассман Я. Культурная память. Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности. М. : Языки славянской культуры, 2004. 368 с.

2. Дагаева Е. Л. Корпоративная идентичность: понятие, структура, механизмы формирования // Вестник Таганрогского института управления и экономики: Современные проблемы коммуникации. 2008. № 2. С. 45–48.

3. Жаде З. А., Куква Е. С., Ляушева С. А., Шадже А. Ю. Многоуровневая идентичность. М. : Российское философское общество; Майкоп: ООО «Качество», 2006. 245 с.

4. Звонарева Ю. В. Лингвистические средства идентификации личности в литературной автобиографии: автореф. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2013. 124 с.

5. Ковалева А. И. Разновидности социальной идентичности: подходы к классификации // Знание. Понимание. Умение. М. : Московский гуманитарный университет. 2019. № 4. С. 89–103.

6. Кривых Л. В. Символический мир как основа самоидентификации // Политико-философский ежегодник. Вып. 2. 2009. С. 130–140.

7. Лаппо М. А. Сущность идентичности и методы ее анализа в лингвистических/психолингвистических исследованиях // Вопросы психолингвистики. 2014. 1 (19). С. 30–39.

8. Лысак И. В. Особенности самоидентификации человека в условиях современного общества // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2008. № 6. С. 37–42.

9. Подъяпольская О. Ю. Репрезентация политической идентичности публичного политика (на материале интервью Сарданы Авксентьевой) // Вызовы современности и стратегии развития общества в условиях новой реальности: Сборник материалов XIX Международной научно-практической конференции. Москва, 21 августа 2023. Махачкала: Издательство АЛЕФ. С. 227–236.

10. Сагирян И. Г., Кузина С. И., Краснова Е. А. Лексема «гастарбайтер» как средство унижения чести и достоинства личности // Наука и образование: Хозяйство и экономика; Предпринимательство; Право и управление. Учредители: Фонд поддержки образования и науки в Ростовской области. 2021. № 10 (137). С.90–93.

11. Сапожникова Р. Б. Анализ понятия «Идентичность»: теоретические и практические основания // Вестник ТГПУ, 2005. Выпуск 1 (45). Серия: Психология. С. 13–17.

12. Фролова И. В. Сетевая идентичность современного человека: философская рефлексия // Ценности и смыслы. АНОО «Институт эффективных технологий» (Москва), 2024, № 2 (90). С.26–38

13. Шалина И. В. Уральское городское просторечие как лингвокультурный феномен: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Екатеринбург, 2010. 43 с.

14. Щитова Д. А. Интервью как способ создания имиджа // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2012. № 4 (20). С.146–153.

15. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис. Москва: Прогресс, 1996. 344 с.

16. Янакова В. Р. Политическая идентичность: концептуализация понятия // Социально-политические науки. 2017. № 5. С.18–23.

17. Gergen K.J. Das übersättigte Selbst // Identitätsprobleme im heutigen Leben: Taschenbuch 1. Januar 1996. Auer : Heidelberg, 1996. 422 s.

References

1. Assman Ya. Kul'turnaya pamyat'. Pis'mo, pamyat' o proshlom i politicheskaya identichnost' v vysokikh kul'turakh drevnosti = Cultural memory. Writing, Memory of the Past, and Political Identity in the High Cultures of Antiquity. Moscow: Yazyki slavyanskoy kul'tury; 2004. 368 p. (In Russ).

2. Dagayeva YeL. Corporate identity: concept, structure, mechanisms of formation. *Vestnik Taganrogskogo instituta upravleniya i ekonomiki: Sovremennyye problemy kommunikatsii = Bulletin of the Taganrog Institute of Management and Economics: Modern problems of communication.* 2008;(2):45-48. (In Russ).

3. Zhade ZA, Kukva YeS., Lyausheva S.A., A.YU. Shadzhe Mnogourovnevaya identichnost' = Multilevel identity. Moscow: Rossiyskoye filosofskoye obshchestvo; Maykop: OOO «Kachestvo»; 2006. 245 p. (In Russ).

4. Zvonareva YuV. Lingvisticheskiye sredstva identifikatsii lichnosti v literaturnoy avtobiografii = Linguistic means of personal identification in literary autobiography. Theses. Chelyabinsk; 2013. 124 p. (In Russ).

5. Kovaleva AI. Varieties of social identity: approaches to classification. Znaniye. Ponimaniye. Umeniye = Knowledge. Understanding. Skill. Moscow: Moskovskiy gumanitarnyy universitet; 2019;(4):89-103. (In Russ).

6. Krivykh LV. The symbolic world as the basis of self-identification. *Politiko-filosofskiy yezhegodnik = Political and philosophical yearbook.* 2009;(2):130-140. (In Russ).

7. Lappo MA. The essence of identity and methods of its analysis in linguistic/psycholinguistic research. *Voprosy psikholingvistiki = Questions of psycholinguistics*. 2014;(1-19):30-39. (In Russ).

8. Lysak IV. Features of human self-identification in the conditions of modern society. *Gumanitarnyye i sotsial'no-ekonomicheskiye nauki = Humanitarian and socio-economic sciences.* 2008;(6):37-42. (In Russ).

9. Pod"yapol'skaya OYu. Representation of the political identity of a public politician (based on an interview with Sardana Avksentieva). Vyzovy sovremennosti i strategii razvitiya obshchestva v usloviyakh novoy real'nosti = Challenges of modernity and strategies for the development of society in the new reality: results of the XIX International Scientific and Practical Conference, 21 August 2023, Moscow. Makhachkala: Izdatel'stvo ALEF; 2023; p. 227-236. (In Russ).

10. Sagiryan IG, Kuzina SI, Krasnova YeA. The lexeme "guest worker" as a means of humiliating the honor and dignity of an individual. *Nauka i obrazovaniye: Khozyaystvo i ekonomika; Predprinimatel'stvo;*

Pravo i upravleniye = Science and education: Economy and economics; Entrepreneurship; Law and management. Founders: Foundation for Support of Education and Science in the Rostov Region. 2021;(10-137):90-93. (In Russ).

11. Sapozhnikova RB. Analysis of the concept "Identity": theoretical and practical foundations. *Vestnik TGPU = Bulletin of TSPU, Series: Psychology.* 2005;(1-45):13-17. (In Russ).

12. Frolova IV. Network identity of modern man: philosophical reflection. *Tsennosti i smysly = Values and meanings.* ANOO «Institute of Effective Technologies» (Moscow). 2024;(2-90):26-38. (In Russ).

13. Shalina IV. Ural'skoye gorodskoye prostorechiye kak lingvokul'turnyy fenomen = Ural urban vernacular as a linguocultural phenomenon. Abstract of theses. Ekaterinburg; 2010. 43 p. (In Russ).

14. Shchitova DA. Interview as a way to create an image. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya = Bulletin of Tomsk State University. Philology. Filologiya.* 2012;(4-20):146-153. (In Russ).

15. Erickson E. Identichnost': yunost' i krizis = Identity: youth and crisis. Moscow: Progress; 1996. 344 p. (In Russ).

16. Yanakova VR. Political identity: conceptualization of the concept. *Sotsial'no-politicheskiye nauki = Socio-political sciences.* 2017; (5):18-23. (In Russ).

17. Gergen KJ. Das übersättigte Selbst = The oversaturated self. Identitätsprobleme im heutigen Leben. Taschenbuch 1. Januar 1996 = Identity problems in contemporary life: paperback 1 January 1996. Auer: Heidelberg; 1996. 422 p. (In Germ).

Информация об авторе

О. Ю. Подъяпольская — кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры романо-германских языков и межкультурной коммуникации

Information about the author

O. Yu. Podyapolskaya — Candidate of Philological Sciences, Associate Professor at the Department of Romance and Germanic Languages and Intercultural Communication.

Статья поступила в редакцию 19.06.2024; одобрена после рецензирования 28.08.2024; принята к публикации 24.09.2024.

The article was submitted 19.06.2024; approved after reviewing 28.08.2024; accepted for publication 24.09.2024.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 183–191.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):183-191.

Научная статья

УДК 81.25

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-183-191

АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ПЕРЕВОДА: ГАРМОНИЧНОСТЬ VS ЭКОЛОГИЧНОСТЬ

Людмила Вениаминовна Кушнина[1], Екатерина Александровна Фоменко[2]

[1]Пермский национальный исследовательский политехнический университет, Пермь, Россия, lkushnina@yandex.ru, 0000-0003-4360-7243

[2]Пермский национальный исследовательский политехнический университет, Пермь, Россия,
Китайский нефтяной университет (Восточный Китай), Циндао, Китай, pismo_4me@mail.ru, 0009-0000-6389-007X

Аннотация. Авторы статьи исследуют перевод и переводческую деятельность в аспекте эпистемы перевода, включающей онтологическую, методологическую, аксиологическую составляющие. Методологическим основанием исследования выступает синергетическая концепция перевода — переводческое пространство, постулирующая порождение качественного перевода, который обладает соразмерными культурно значимыми смыслами, что характеризует гармоничность как первую аксиологическую доминанту перевода. Ключевая идея состоит в расширенной трактовке категории оценки качества перевода, которая зависит не только от гармоничного соотношения текстов оригинала и перевода, но также от экологичного соотношения между двумя субъектами переводческой коммуникации — переводчиком и реципиентом. Возникновение данной идеи стало возможным благодаря внедрению экоцентрического подхода к переводу, который разрабатывается как в России в рамках экологии перевода, так и в Китае в рамках интенсивно развивающейся экотранслатологии. В статье излагаются основные принципы экологичности перевода, что позволило автором рассматривать экологичность как вторую аксиологическую доминанту перевода. Материалом для анализа послужили научные тексты на французском языке известного французского философа Ролана Барта и их перевод на русский язык. В результате исследования установлено, что гармоничность перевода является предпосылкой его экологичности. Вместе с тем, как показал лингвопереводческий анализ, однозначной связи между двумя аксиологическими категориями не существует. Это означает, что гармоничный перевод может оказаться неэкологичным и наоборот. Прослеживается лишь тенденция к тому, что порождение гармоничного перевода переводчиком может стать основой экологичного восприятия перевода реципиентом.

Ключевые слова: эпистема перевода, научный текст, научный перевод, синергетический подход, экоцентрический подход, гармоничность, экологичность

Для цитирования: Кушнина Л. В., Фоменко Е. А. Аксиологические факторы перевода: гармоничность vs экологичность // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 183–191. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-183-191.

Original article

AXIOLOGY FACTORS: TRANSLATION HARMONY VS ECOTRANSLATION

Lyudmila V. Kushnina[1], Ekaterina A. Fomenko[2]

[1] Perm National Research Polytechnic University, Perm, Russia, lkushnina@yandex.ru, 0000-0003-4360-7243

[2] Perm National Research Polytechnic University, Perm, Russia, China University of Petroleum (East China), Changjianglu, China, pismo_4me@mail.ru, 0009-0000-6389-007X

Abstract. This article investigates translation and translational activities under the ‘translation episteme’, which integrates ontological, methodological, and axiological components. It leverages a synergetic concept called ‘translation space’ that aims to create high-quality translations enriched with culturally significant meanings, identifying

© Кушнина Л. В., Фоменко Е. А., 2024

harmony as the primary axiological factor. The study proposes expanding the criteria for assessing translation quality to include not only the harmonious relationship between the original and translated texts but also the ecological relationship between the translator and recipient. This approach is framed within an ecocentric view of translation, developed in Russia as translation ecology and in China through ecotranslatology. The article outlines the fundamental principles of ecological translation, positioning ecological soundness as a crucial axiological aspect. Research analysis was performed on French scientific texts by philosopher Roland Barthes and their translations into Russian. Findings suggest that while harmony is necessary for ecological soundness, there is no definitive correlation between these axiological categories; a harmonious translation might not be ecologically sound and vice versa.

Keywords: translation episteme, scientific translation, synergetic approach, ecocentric approach, harmony, ecotranslation

For citation: Kushnina LV, Fomenko EA. Axiological Factors in Translation: Harmony vs. Ecotranslation. *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;(8(490):183-191. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-183-191.

Введение

Исследование закономерностей процесса перевода как высокоинтеллектуальной профессиональной деятельности, которая является предметом анализа в когнитивном, прагматическом, культурологическом аспектах, привлекает внимание современных российских и зарубежных учёных своей сложностью, неоднозначностью, непредсказуемостью. Ни у кого не вызывает сомнений факт, что переводить нужно качественно. Между тем, само понятие качества не менее дискуссионно.

Е. А.Княжева рассматривает эволюцию взглядов о «верном» переводе и соотносит категорию верности с эпохой создания текста перевода: средневековые переводчики ориентировались на верность «букве», переводчики эпохи возрождения — на верность языку перевода, переводчики периода классицизма — на верность читателю, переводчики периода романтизма — на верность автору [7]..

Современные зарубежные исследователи (Anthony Pym, Jean-René Ladmiral etc.) соотносят оценку качества перевода с выбором переводческой стратегии, традиционно описываемой в терминах форенизации и доместикации. При этом Э. Пим отдает предпочтение скопос-теории, согласно которой действия переводчика направлены на культуру реципиента [20]. Ж. Р. Ладмираль использует франкоязычные термины (sourcier-cibliste), подчеркивая дихотомический характер данной оппозиции: «Le couple en question: ... le caractère dichotomique de l'opposition campée entre sourciers et ciblistes»[19, с. 51].

С позиций нашего исследования, аксиологической доминантой перевода выступает категория гармонии, которую мы рассматриваем в русле авторской концепции переводческого пространства. Гармоничный перевод предполагает соразмерность смыслов между текстами оригинала и перевода. Между тем, возможен поиск второй аксиологической доминанты перевода, которую определяет реципиент, а именно, экологичность перевода.

В рамках экоцентризма мы сформулировали гипотезу о том, что при оценке качества перевода возможен переход *от изучения соотношения текстов оригинала и перевода* и установления между ними адекватных, эквивалентных, гармоничных отношений *к изучению соотношения между субъектами перевода*: автором, переводчиком, реципиентом и установлению экологичных отношений.

Мы предположили, что гармоничность является предпосылкой экологичности, но между ними не существует однозначных отношений: гармоничный перевод может оказаться как экологичным, так и неэкологичным.

С целью оценки качества перевода мы используем понятие эпистемы перевода, которое опирается на идею эпистемической ситуации, предложенную М. П. Котюровой: «...Совокупность взаимосвязанных признаков познавательной деятельности в единстве составляющих ее онтологического, методологического, аксиологического, рефлексивного и коммуникативно-прагматического компонентов, оказывающих систематическое влияние на формирование научного текста и определяющих его стилевую специфику» [10, с. 48].

Как поясняет М. П. Котюрова, научный текст отражает научное знание, которое обладает экстралингвистической природой и выражено в виде смыслов, транслируемых в научной коммуникации. Научные смыслы воплощают научное знание, которое должно быть структурировано в тексте, чтобы стать достоянием научного сообщества. В структуре научного текста различают

три компонента: предметно-понятийный, методологический, аксиологический. Это означает, что в онтологическом аспекте знание выражается в виде взаимосвязанных понятий, или терминосистемы. В методологическом аспекте выражается способ формирования эмпирического и теоретического знания. В аксиологическом аспекте выражается ценностная ориентация субъекта познания.

Мы попытались «наложить» модель эпистемической ситуации на модель переводческого пространства, что позволило представить эпистему перевода в виде совокупности онтологического, методологического, аксиологического компонентов.

Онтология перевода проявляется в его противоречивой природе, обусловленной асимметрией контактируемых языков и культур и выражается в дихотомиях: креативное / стереотипное, интуитивное / рациональное, осознаваемое / неосознаваемое, объективное/субъективное, алгоритмичное/эвристичное, симметричное/асимметричное [4]. Дихотомии в языке и в переводе парадоксальны, но и закономерны. Так, А. Л. Факторович пишет «...о специфичной взаимной необходимости стереотипа и творчества... Само разнообразие стереотипов оригинально. Поэтому оно может служить творческой сущности текста» [13, с. 59].

Методология перевода трактуется нами как синергетический процесс: синергия смыслов всех полей переводческого пространства с приращением новых смыслов в фатическом поле культуры является тем механизмом, который приводит к порождению качественного перевода.

Аксиология перевода понимается нами как гармоничный и экологичный перевод, который становится фактом принимающей культуры и обогащает её.

Исследование и результаты

В рамках данной статьи мы намерены исследовать аксиологический аспект эпистемы перевода, изучение которого неразрывно связано с изучением двух субъектов: переводчика и реципиента.

Согласно авторской концепции переводческого пространства, мы вычленяем три поля субъектов: автора, переводчика, реципиента. В каждом поле формируется свой смысл: интенциональный, индивидуально-образный, рефлективный, которые участвуют в процессе синергии и порождении интегрального смысла текста перевода. В данной работе мы не рассматриваем поле автора.

Изучению субъектов посвящено исследование Н. К. Гарбовского и О. И. Костиковой, которые рассматривают перевод как двуединую сущность: с внутренней стороны, перевод является когнитивным процессом, с внешней стороны, перевод является социальным процессом. Своеобразным «мостиком» от внутреннего к внешнему, от когнитивного к социальному является процесс взаимодействия между актантами — субъектами переводческой коммуникации, а также их отношение к объекту перевода — тексту. Эти субъекты активны либо до перевода (автор), либо в процессе перевода (переводчик), либо после перевода (реципиент).

Современные зарубежные ученые занимают аналогичные позиции. Так, Э. Пим подчеркивает, что изучение перевода постепенно смещается от изучения текстовых отношений к социальным и культурным отношениям [20]. А. Берман ввёл в теорию перевода понятие этики перевода, обозначив этическую цель как соответствие целевой аудитории, т. е. реципиентам [18].

Предметом нашего рассмотрения является не только языковая личность переводчика, но и языковая личность реципиента, воспринимающего, интерпретирующего, понимающего текст.

С этой целью целесообразно рассмотреть понятия *потенциальный / пассивный реципиент*, прогнозируемый переводчиком, и *актуальный / активный реципиент*, реакция которого важна для переводчика.

В качестве *объекта* выступает научный текст, подлежащий переводу. *Предметом* анализа являются аксиологические доминанты перевода. Начнём с анализа гармоничности перевода, где главным субъектом выступает переводчик.

Этот критерий динамичен и вариативен, так как в каждый исторический период для каждого переводчика соразмерность смыслов может проявляться по-разному.

Очевидно, что перевод научного текста учитывает закономерности, свойственные научному тексту. Его типологические параметры описаны в трудах М. П. Котюровой, которая вычленяет следующие параметры научного текста: цельность, связность, точность, логичность, плотность, диалогичность. Мы признаем гармоничным перевод, где текстовые манифестации этих категорий подвергаются синергии, т. е. они не просто транслируются переводчиком, но происходит смысловое приращение по линии точности, плотности, логичности, связности, цельности, диалогичности.

Как утверждается лингвистикой текста, текст функционирует только в процессе понимания. Согласно современным воззрениям на перевод, он строится на понимании: «В когнитивном аспекте доминантой научного текста становится понимание научного и профессионального знания» [1, с. 31]. Добавим, результатом понимания становятся все вышеназванные свойства научного текста. Разумеется, степень их влияния на понимание и порождение научного перевода различна. Поясним на примере категории связности. Как показали наши наблюдения, связность обычно создаётся переводчиком заново, так как все коннекторы, все маркеры связи в тексте лингвоспецифичны. Мы солидаризуемся с мнением Л. М. Алексеевой, которая убедительно доказала, что переводчик обязан восстановить логические связи [1]. Информативная плотность текста представлена в исследованиях Л. С. Гиренко, которая использовала формулу вычисления плотности текста и апробировала её на материале учебного текста, что позволило выявить условия уплотнения как результат понимания содержания текста [5]. Категория точности до сих пор недостаточно изучена. Ясно, что она связана с категориями определенности / неопределенности, что требует аргументации и обоснования.

Важно, что эти свойства текста не только определяют его смысловую структуру, которая транслируется переводчиком, но также подвергаются синергии, которая «запускает» и механизмы текстопорождения, и механизмы текстовосприятия благодаря приращению новых смыслов. Этот процесс становится объективным фактором и предпосылкой экологичного восприятия текста иноязычным и инокультурным реципиентом, в языковом сознании которого формируются своего рода гештальты, т. е. целостные образы текста, которые дополняются за счёт его собственной когнитивной базы, мышления, воображения, интуиции, эрудиции и прочих факторов как личностных, так и профессиональных. Именно на этом этапе происходит активное взаимодействие коммуникативных субъектов — переводчика и реципиента.

Данная проблема изложена нами в исследовании «Дискурсивный фактор *переводчик* и его репрезентация в тексте», являющемся главой коллективной монографии «Дискурсивные основания речеведения» [6].

Подводя промежуточный итог, поясним, что гармоничный перевод как результат синергии смыслов в переводческом пространстве, или приращения новых культурно значимых смыслов есть аксиологическая доминанта; с позиций переводческого пространства и синергетики перевода, гармоничность означает смысловую соразмерность текстов оригинала и перевода и, в то же время, его предрасположенность к экологичности восприятия.

Переходим ко второму аксиологическому фактору перевода — экологичности в свете эконцентрического подхода к переводу. Изучая экологичность перевода, мы концентрируем внимание на реципиенте, который становится главным субъектом анализа.

При решении данного вопроса мы опираемся как на собственные исследования, так и на работы китайских ученых в сфере экотранслатологии. В китайской экотранслатологии экологичность центрирована на личности переводчика.

Наши исследования по экологии перевода проводились совместно с Е. М. Пылаевой (Плюсниной) в период с 2011 г. по 2016 г. Идеи экологии перевода основаны на работах в таких областях как эколингвистика, экология языка, лингвоэкология. Переводческое пространство было расширено за счёт введения дополнительного природно-биологического поля (*экополе*), в рамках которого мы изучали *экоконцепты* и *экосмыслы*. Текст перевода мы расценивали с точки зрения гармоничной актуализации экосмыслов в принимающей культуре.

В настоящее время появилась возможность изучать труды китайских учёных по проблеме экотранслатологии в оригинале, так как один из авторов данной статьи, Е. А.Фоменко, живёт и работает в КНР.

Нельзя не отметить, что многие годы китайское переводоведение развивалось изолированно, в том числе, в сфере экотранслатологии. Но в начале 2000-х гг. работы Ху Гэншэня были переведены на английский язык, и его концепция стала мировым достоянием.

Как показывают результаты исследований Ху Гэншэня и его единомышленников, экотранслатология черпает истоки в древней китайской философии, провозглашавшей гармонию человека и природы. Перевод трактуется как многомерное преобразование, охватывающее материальную и духовную (культурную, психологическую, эстетическую, коммуникативную) экосреду. Эти преобразования осуществляются в переводческой экосистеме, которая поддерживает экологический баланс между исходным текстом и текстом перевода с целью преодоления

естественной экологической асимметрии между ними. Важнейшие понятия экотранслатологии — *экологический баланс*, который устанавливается между текстами оригинала и перевода, а также *экосреда*, которая приравнивается к культуре. Качественный перевод — это экологически приемлемый перевод.

В этом же направлении разработана экокогнитивная модель перевода Е. В. Чистовой, которая в своих исследованиях опирается на труды китайских ученых в процессе изучения профессиональной переводческой коммуникации в ситуации синхронного перевода [14]. С этой целью было введено понятие *экологичной когниции.* Ключевым для экологичного подхода становится взаимодействие человека с социальной и материальной средой и выход когниции за пределы индивидуального мозга, что позволяет моделировать экологичное поведение субъектов.

В работе мы будем опираться как на термин гармоничность, так и на термин экологичность, подразумевая их смысловую близость; гармоничность и экологичность означают, что перевод выполнен качественно, т. е. он вписывается в принимающую экосреду, включающую культуру и социум.

Напомним, мы предположили, что переводчик как субъект создает гармоничный перевод, а реципиент как субъект воспринимает его как экологичный перевод. Иными словами, гармоничность есть предпосылка экологичности. Экологичность перевода означает, что конечный реципиент воспринимает, интерпретирует, понимает переведённый текст таким образом, что он вписывается в его экосреду и не противоречит ей ни в языковом, ни в культурном, ни в коммуникативном измерении, что создаёт экологический баланс между культурами и личностями. Речь идёт о личности переводчика и личности реципиента.

Исходя из этих соображений, мы проанализировали перевод фрагментов научного текста известного французского философа Ролана Барта «Мифологии» (Roland Barthes «Mythologies»). Текст оригинала был опубликован в 1957 г. и переведён на русский язык С. Зенкиным в 2008 г. Р. Барт анализирует современную ему массовую культуру Франции.

Приведём фрагменты текстов оригинала и перевода

Roland Bartes. «Mythologies»

Le vin et le lait

...Tout cela est connu, dit mille fois dans le folklore, les proverbes, les conversations et la littérature. Mais cette universlité même comporte un conformisme: croire au vin est un acte collectif contraignant; le Français qui prendrait quelque distance à l'égard du mythe s'exposerrait à des problèmes menus mais précis d'intégration, dont le premier serait justement d'avoir expliquer. Le principe d'universalité joue ici à plein, en ce sens que la société nomme malade, infirme ou vicieux, quiconque ne croit pas au vin: elle ne comprend pas (au deux sens, intellectuel et spatial du terme). A l'opposé, un diplomé de bonne intégration est décerné à qui pratique le vin : savoir boire est une technique nationale qui sert à qualifier le Français, à prouver à la fois son pouvoir de performance, son contrôle et sa sociabilité... (Bartes, 1957, p. 70-71)

Ролан Барт «Мифологии»

Вино и молоко

...Все это хорошо известно и тысячу раз проговорено в фольклоре, пословицах, разговорах и литературе. Но в самой этой всеобщности содержится доля конформизма, вера в силу вина становится принудительной для каждого члена коллектива; попытавшись дистанцироваться от этого мифа, француз столкнулся бы с мелкими, но вполне отчетливыми трудностями в социальной интеграции, и прежде всего с тем, что ему пришлось бы объясняться. Здесь в полной мере работает принцип универсальности, в том смысле, что всякого не верующего в вино общество называет больным, немощным или извращённым; оно его не понимает (в обоих смыслах — не разумеет и не принимает в себя). И напротив, всякому пьющему вино выдается как грамота о социальной интеграции; умение пить составляет национальный навык, квалифицирующий француза, доказывающий одновременно его питейные способности, самоконтроль и общительность...

Мы проанализировали официальный перевод с французского языка на русский с точки зрения его гармоничности. Напомним, что гармоничность характеризует именно отношения между текстами оригинала и перевода и создается переводчиком, т. е. мы наблюдаем отношения между объектами перевода, в то время как экологичность отражает отношения между субъектами перевода, а именно, между переводчиком и реципиентом. Насколько реципиент экологично понял текст в соответствии с намерениями, интенциями автора и переводчика? Насколько экосистемы автора, переводчика и реципиента соразмерны и соотносимы между собой?

Как показал наш анализ, в тексте перевода мы наблюдаем синергетическое приращение смыс-

лов, уточняющее идеи автора и конкретизирующее их. Поясним сказанное на примерах.

1) *Un conformisme — доля конформизма.* Переводчик заменил неопределённый артикль столь же неопределённым существительным *доля*, что вызывает аналогичные ассоциации.

2) *Un acte collectif — член коллектива.* В данном случае приращение произошло по линии конкретизации, т. е. речь идет о *члене коллектива.*

3) *Croire au vin — вера в силу вина.* Синергетическое приращение произошло благодаря использованию интенсива — *сила вина.*

4) *Bonne intégration — социальная интеграция.* Мы наблюдаем синергетическое приращение, обусловленное конкретизацией.

5) *Une technique nationale — национальный навык.* В данном случае произошла замена, связанная с сужением значения и его конкретизацией.

Представленные выше примеры свидетельствуют о том, что переводчик переосмыслил содержание текста и нашёл такие способы и формы его выражения, которые соответствуют русскоязычным текстам. Данные синергетические приращения послужили основанием порождения гармоничного перевода, т. е. смысловой соразмерности текстов оригинала и перевода.

В следующем примере мы наблюдаем гармоничность, но она не приводит к экологичности восприятия:

6) *Au deux sens, intellectuel et spatial du terme — в обоих смыслах — не разумеет и не принимает в себя* (буквальный перевод — *в двух смыслах: интеллектуальном и пространственном смыслах этого термина*).

Сравнивая оригинал и официальный перевод, констатируем приращение смыслов, т. е. гармонию. При этом исходный смысл ускользает от читателя. Не появляются ли здесь совсем другие смыслы? Стоит ли ради этого пренебрегать авторскими смыслами? Как видим, гармоничный перевод оказывается не понятен реципиенту, следовательно, текст перевода неэкологичен.

Как показал исследованный нами материал (а также выполненные ранее наблюдения), в большинстве случаев гармоничность и экологичность как аксиологические факторы перевода не противоречат друг другу. Гармоничность, действительно, выступает предпосылкой экологичности. Их взаимосвязь и взаимообусловленность прослеживаются гораздо чаще, чем противоречивость и несогласованность.

Мы полагаем, что внедрение экоцентрического подхода в современный переводоведческий дискурс не только существенно расширит его понятийно-терминологическую базу, но и откроет новые возможности осмысления важнейшей составляющей эпистемы перевода — его аксиологии.

Заключение

Экоцентрический подход даёт новый взгляд на перевод, показывает новые возможности переводческой рефлексии и саморефлексии, формирует критическое мышление переводчика, порождающего научный текст для другой культуры. Таким образом, переводчик, наряду с автором, решает социально значимые научные задачи современного речеведения и переводоведения. Кроме того, включение реципиента в научный контекст как одного из коммуникативных субъектов при переводе, может послужить импульсом для развития критики перевода.

Как показало наше исследование, гармоничность перевода является предпосылкой его экологичности. При этом однозначной связи между двумя аксиологическими категориями не существует. Это означает, что гармоничный перевод может оказаться неэкологичным и наоборот. Прослеживается лишь тенденция того, что порождение гармоничного перевода переводчиком может стать основой экологичного восприятия перевода реципиентом. Мы приходим к выводу о том, что исследование экологичности перевода со стороны реципиента не только расширяет трактовку аксиологических факторов перевода, но обусловливает более высокий уровень его качества, и, следовательно, надежное взаимопонимание партнеров коммуникации.

Завершая, напомним идеи итальянского мыслителя, писателя, автора многочисленных исследований по переводу У. Эко, который охарактеризовал взаимодействие отправителя и адресата текста как «со-творение» и «со-порождение», так как они выполняют определенные актантные роли [Эко, 2016]. И если У. Эко писал о том, что автор должен иметь модель возможного читателя, мы можем предположить, что переводчик и реципиент также выполняют актантные роли, т. е. переводчик мысленно выстраивает модель потенциального реципиента, создавая тем самым общее пространство понимания. Аксиологическими доминантами подобного взаимодействия выступают категории гармоничности и экологичности, определяющие коммуникации и культуры.

Список источников

1. Алексеева Л. М., Шутемова Н. В. Типологическая доминанта текста в переводе: монография. Пермь : Перм. гос. нац. исслед. ун-т., 2016. 204 с.

2. Барт Р. Мифологии. Пер. с франц. и вступительная статья С. Зенкина. М. : Академический проспект, 2010. 352 с.

3. Гарбовский Н. К., Костикова О. И. Перевод и общество // Вестник Московского университета. Серия 22. Теория перевода. 2018. № 1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/perevod-i-obschestvo (дата обращения: 05.05.2024).

4. Введение в синергетику перевода: колл. монография под ред. Л. В. Кушниной. Пермь : Изд-во Перм. нац. исслед. политех. ун-та, 2014. 278 с.

5. Гиренко Л. С. Плотность содержания текста в учебнике // Стереотипность и творчество в тексте. Межвуз. сб. научн. тр. под ред. М. П.Котюровой. Пермь, 2006. С. 71–94.

6. Дискурсивные основания речеведения: научный текст — новое знание — перевод: колл. монография // М. П. Котюрова, Е. А. Баженова, Л. В. Кушнина, Н. В. Соловьева, Л. С. Тихомирова под ред. М. П. Котюровой. Пермь: Прем. гос. нац. исслед. ун-т., 2023. 300 с.

7. Княжева Е. А. Оценка качества перевода: история, теория, практика: монография. М. : Флинта, 2023. 248 с.

8. Котюрова М. П. Стилистика научной речи. М. : Издательский центр «Академия», 2010. 240 с.

9. Кушнина Л. В., Плюснина Е. М. Экология перевода: предпосылки зарождения и пути развития. Пермь : Изд-во Перм. гос. ун-та, 2016. 156 с.

10. Кушнина Л. В., Фоменко Е. А. Переводчик как субъект экотранслатологии // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2024. Том 16. Вып. 1. С. 59–68.

11. Кушнина Л. В., Фоменко Е. А. Портрет речевой личности переводчика как фактор транслационной экологической среды // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом, культурологическом аспектах. Материалы XII Международной научной конференции. Челябинск. 11–12 апреля 2024. С.426–433.

12. Теория перевода в классической и современной исследовательской парадигме: онтология, методология, аксиология: колл. монография под ред. Л. В. Кушниной. М. : Флинта, 2020. 336 с.

13. Факторович А. Л. Взаимодействие стереотипов как источник творческой сущности текста (на материале «Медиаголосов» в повести Т. Капоте «Завтрак у Тиффани») // Стереотипность и творчество в тексте. Межуз. сб. научн. тр. под ред. М. П. Котюровой. Пермь, 2015. Вып. 19. С.46–60.

14. Чистова Е. В. Когнитивный менеджмент мультимодальной коммуникации синхронных переводчиков: монография. Красноярск : Сиб федер. ун-т, 2022. 224 с.

15. Эко У. Роль читателя. пер. с итал. М. : АСТ, 2016. 640 с.

16. Hu Gengshen. Eco-Translatology, Towards an Eco-paradigm of Translation Studies. Singapore: Springer, 2020. 312 p. DOIhttps://doi.org/10.1007/978- 981-15-2260-4

17. Bartes R. Mythologies. Paris, Editions du Seuil, 1957. 236 p.

18. Berman A. Pour une critique des traductions John Donne. Paris, Gaillimard, 1995. 278 p.

19. Ladmiral J.-R. Sourciers ou ciblistes. Les profondeurs de la traduction. France, Paris, Traductologiques. Les Belles Lettres. 2015. 311 p.

20. Pym A. Explorations des théories de la traduction. Traduit de l'anglais par H. Jaccomard. Espagne, International Studies Group. 2024. 210 p.

21. 胡庚申.生态翻译学:建构与诠释[M]. 商务印书馆,2013. 页数:512

References

1. Alekseeva LM, Shutemova NV. Tipologicheskaya dominanta teksta v perevode: monografiya = Typological dominance of the text in translation: a monograph. Permskiy gosudarstvennyy natsional'nyy issledovatel'skiy universitet= Perm State National Research University. Perm; 2016. 204 p. (in Russ.).

2. Bart R. Mifologii = Mythologies. Translated from French and introductory article by S. Zenkin. Akademicheskiy prospect = Academic Prospect. Moscow; 2010. 352 p. (in Russ.).

3. Garbovskiy NK., Kostikova OI. Translation and Society. *Vestnik Moskovskogo universiteta = Bulletin of Moscow University. Seriya 22. Teoriya perevoda.* 2018 (1). Available from: // https:cyberleninka.ru/article/n/perevod-i-obschestvo (in Russ).

4. Vvedenie v sinergetiku perevoda = Introduction to the synergetics of translation: a collective monograph edited by LV.Kushnina. Publishing house of Perm. national research polytechnic university. Perm; 2014. 278 p. (in Russ.).

5. Girenko LS. Plotnost' soderzhaniya teksta v uchebnike = Density of text content in a textbook. Stereotipnost' i tvorchestvo v tekste = Stereotype and creativity in the text. Interuniversity collection of scientific papers edited by MP Kotyurova. Perm; 2006. p. 71-94. (in Russ.).

6. Diskursivnye osnovaniya rechevedeniya: nauchnyy tekst – novoe znanie –perevod: koll. Monografiya = Discursive foundations of speech science: scientific text – new knowledge – translation: Coll. Monograph. Ed. MP Kotyurova, EA Bazhenova, LV Kushnina, NV Solovyova, LS Tikhomirov, ed. MP Kotyurova. Perm state national research Univ. 2023. 300 p. (in Russ.).

7. Knyazheva EA. Otsenka kachestva perevoda: istoriya, teoriya, praktika: monografiya = Translation quality assessment: history, theory, practice: monograph. Flinta. Moscow; 2023. 248 p. (in Russ.).

8. Kotyurova MP. Stilistika nauchnoy rechi = Stylistics of scientific speech. Izdatel'skiy tsentr Akademiya = Publishing center Academy. Moscow; 2010. 240 p. (in Russ.).

9. Kushnina LV, Plyusnina EM. Ekologiya perevoda: predposylki zarozhdeniya i puti razvitiya = Ecology of translation: prerequisites for origin and paths of development. Izd-vo Perm. gos. un-ta = Publishing house of Perm. State University. 2016. 156 p. (in Russ.).

10. Kushnina LV, Fomenko EA. A Translator as a Subject of Ecotranslatology. *Vestnik Permskogo universiteta. Rossiyskaya i zarubezhnaya filologiya = Bulletin of Perm University. Russian and Foreign Philology.* 2024;(16(1):59-68. (in Russ.).

11. Kushnina LV, Fomenko EA. Portrait of the speech personality of a translator as a factor of the translational ecological environment contex. Slovo, vyskazyvanie, tekst v kognitivnom, pragmaticheskom, kul'turologicheskom aspektakh. Materialy XII Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii = Word, statement, text in cognitive, pragmatic, cultural aspects. Proceedings of the XII International Scientific Conference. Chelyabinsk, April 11-12, 2024. Pp.426-433. (in Russ.).

12. Teoriya perevoda v klassicheskoy i sovremennoy issledovatel'skoy paradigme: ontologiya, metodologiya, aksiologiya = Translation theory in the classical and modern research paradigm: ontology, methodology, axiology: collective monograph edited by LV Kushnina. Moscow, Flinta. 2020. 336 p. (in Russ.).

13. Faktorovich AL. The interaction of stereotypes as a source of creative essence of text (on the material of "mediavoices" in the story of t.capote "breakfast at tiffany's"). Stereotipnost' i tvorchestvo v tekste = Stereotype and creativity in the text. Interuniversity collection of scientific papers edited by M.P. Kotyurova. Perm; 2015 (19). Pp.46-60. (in Russ.).

14. Chistova EV. Kognitivnyy menedzhment mul'timodal'noy kommunikatsii sinkhronnykh perevodchikov: monografiya = Cognitive management of multimodal communication of simultaneous interpreters: monograph. Sib feder. un-t = Sib. federal. University. Krasnoyarsk; 2022. 224 p. (in Russ.).

15. Eko U. Rol' chitatelya. per.s ital = The role of the reader. trans. from Italian. Moscow: AST, 2016. 640 p. (in Russ.).

16. Hu G. Eco-Translatology, Towards an Eco-paradigm of Translation Studies. Singapore: Springer, 2020. 312 p. DOIhttps://doi.org/10.1007/978- 981-15-2260-4

17. Bartes R. Mythologies. Paris, Editions du Seuil= Mythologies. Paris, Editions du Seuil.1957. 236 p. (in Fr.).

18. Berman A. Pour une critique des traductions John Donne. = For a review of the John Donne translations. Paris. Gaillimard. 1995. 278 p. (in Fr.).

19. Ladmiral J.-R. Sourciers ou ciblistes. Les profondeurs de la traduction = Sourciers or targeters. The depths of translation. Traductologiques. Les Belles Lettres = Traductologiques. Les Belles Lettres. France. Paris, 2015. 311 p. (in Fr.).

20. Pym A. Explorations des théories de la traduction. Traduit de l'anglais par H. Jaccomard = Explorations of translation theories. Translated from English by H. Jaccomard. Espagne, International Studies Group = International Studies Group. Spain. 2024. 210 p. (in Fr.).

21. Hu G. Shengtai fanyi xue: Jiangou yu quanshi = Eco-translatology: Construction and Interpretation. Shangwu yin shuguan = Commercial Press, 2013. 512 p. (in Ch).

Информация об авторах

Л. В. Кушнина — доктор филологических наук, профессор кафедры иностранных языков, лингвистики и перевода.

Е. А. Фоменко — аспирант, кафедры иностранных языков, лингвистики и перевода (Пермский национальный исследовательский политехнический университет), преподаватель (Китайский нефтяной университет).

Information about the authors

L. V. Kushnina — Doctor of Philological Sciences, Professor of the Department of Foreign Languages and Linguistics and translation.

E. A. Fomenko — Postgraduate student, Department of Foreign Languages, Linguistics and Translation (Perm National Research Polytechnic University), Lecturer (China Petroleum University).

Статья поступила в редакцию 14.07.2024; одобрена после рецензирования 04.09.2024; принята к публикации 24.09.2024.

The article was submitted 14.07.2023; approved after reviewing 04.09.2024; accepted for publication 24.09.2024.

Вклад авторов: 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.

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 192–198.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):192-198.

Научная статья

УДК 81’22

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-192-198

РАЗРАБОТКА АДАПТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ ПРИ ПЕРЕВОДЕ АНИМАЦИОННОГО ТЕКСТА

Лилия Амиряновна Нефедова[1], **Валерия Викторовна Полупанова**[2]

[1] Челябинский государственный университет, г. Челябинск, Россия, lan2@mail.ru, 0000-0003-3105-766X

[2] Челябинский государственный университет, г. Челябинск, Россия, ler.pol@yandex.ru, 0009-0003-5020-8918

Аннотация. Анимационный текст представляет из себя особый жанр художественного текста, очень популярный в настоящее время с точки зрения формы представления языка. Он реализуется в мультфильмах, которые несут особый эстетический заряд и оказывают большое влияние на зрителя. С развитием мультипликации, когда фильмы становятся достоянием общемировой культуры, встаёт вопрос об их переводе и адаптации к местным условиям. Авторы статьи исследуют понятие прагматической адаптации при переводе, способы её осуществления, рассматривают её виды и типы. Ключевой идеей является выявление способов прагматической адаптации имён собственных главных героев с английского языка на китайский, разработка адаптивных стратегий для передачи имени с одного языка на другой с минимальными потерями для их восприятия реципиентом. В статье анализируются основные причины применения прагматической адаптации при переводе художественного текста (в рамках данной работы — анимационного мультипликационного текста). Материалом исследования послужили тексты мультипликационного фильма «Zootopia» («疯狂动物城») и их переводы на китайский язык. Сопоставление единиц анализа оригинала и перевода позволяет говорить об адекватности перевода в каждом отдельном случае и о специфике прагматической адаптации. Представленные в статье материалы позволяют выявить наиболее частотные способы прагматической адаптации имён собственных. В результате исследования установлено, что наиболее частотным способом передачи имени с английского языка на китайский язык является использование транскрипции. Данный результат обусловлен тем, что большинство героев мультипликационных произведений носят говорящие имена собственные, семантика которых требует расшифровки. Авторы приходят к выводу о том, что причиной использования прагматической адаптации является принадлежность имени к иной лингвокультуре. Для того, чтобы избежать языковых барьеров, переводчикам следует выбрать подходящую стратегию, которая будет учитывать особенности принимающей культуры.

Ключевые слова: прагматическая адаптация, технология прагматической адаптации, переводческие стратегии, коммуникативный эффект

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

Для цитирования: Нефедова Л. А., Полупанова В. В. Разработка адаптивных стратегий при переводе анимационного текста // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 192–198. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-192-198.

Original article

THE DEVELOPMENT OF ADAPTIVE STRATEGIES WHEN TRANSLATING ANIMATED TEXT

Liliya A. Nefedova[1], **Valeriya V. Polupanova**[2]

[1] Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, lan2@mail.ru, 0000-0003-3105-766X

[2] Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, ler.pol@yandex.ru, 0009-0003-5020-8918

Abstract. Animated text is a special genre of literary text, which is very popular nowadays in terms of representation form and language. It is presented by cartoons that carry a special aesthetic emotion and have a great impact

© Нефедова Л. А., Полупанова В. В., 2024

on the viewer. With the development of animation, when films become the property of global culture, the question arises about their translation and adaptation to local conditions. The authors of the article explore the concept of pragmatic adaptation, ways of its implementation, consider its forms and types. The key idea is to identify ways of pragmatic adaptation of the characters' names from English to Chinese, to develop adaptive strategies for transferring a name from one language to another with minimal loss for the recipient's perception. The article outlines the main reasons for the use of pragmatic adaptation in the translation of a literary text (within the framework of this work – an animated text). The material of the study was the texts of the animated film «Zootopia» («疯狂动物城») and their translations into Chinese. The comparison of the units of analysis of the original and the translation allows us to talk about the adequacy of the translation in each individual case and about the specifics of pragmatic adaptation. The material presented in the article allows us to identify the most frequent ways of pragmatic adaptation of proper names. As a result of the study, it was found that the most frequent way to transfer a name from English to Chinese is to use transcription. This result is due to the fact that most of the characters in animated films have characterizing names, the semantics of which requires decoding. The authors conclude that the reason for the use of pragmatic adaptation is that the name belongs to a different linguoculture. In order to avoid language barriers, translators should choose an appropriate strategy that takes into account the peculiarities of the host culture.

Keywords: pragmatic adaptation, technology of pragmatic adaptation, translation strategies, communicative effect

Acknowledgments. The study was carried out with the support of the Foundation for Advanced Scientific Research of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education Chelyabinsk State University 2024.

For citation: Nefedova LA, Polupanova VV. The development of adaptive strategies when translating animated text. *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;(8(490):192-198. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-192-198.

Введение

С давних времен перед специалистами в области перевода стоит вопрос — как адаптировать исходное сообщение таким образом, чтобы оно претерпевало минимальные потери при переходе из одной культуры в другую. Особую роль это приобретает в аудиовизуальном переводе, о чём в своих работах пишут Д. М. Бузаджи, В. Е. Горшкова, К. Райс, G. Anderman, M. D. Blinn, J. Diaz-Cintas, R. Paquin [2, 3, 8, 12, 13, 14, 15] и др. ученые. С развитием анимации использование прагматической адаптации получило больший резонанс, поскольку юные зрители в силу своего возраста и особенностей восприятия могут испытывать трудности при знакомстве с новыми героями. Для того, чтобы восполнить лакуны, возникшие вследствие недостатка фоновых знаний у представителей разных культур, переводчики зачастую прибегают к использованию прагматической адаптации.

Классическим в науке о языке является определение прагматической адаптации советского и российского лингвиста А. Д. Швейцера. Прагматическую адаптацию автор трактует как «внесение определенных поправок на социально-культурные, психологические и иные различия между получателями оригинального и переводного текста» [11, с. 242].

Значительный вклад в исследования, посвящённые прагматической адаптации, внёс такой выдающийся учёный-лингвист как В. Н. Комиссаров. Рассуждая о прагматике перевода в целом, автор приходит к выводу, что одной из причин применения прагматической адаптации при процессе перевода является принадлежность реципиента к иному языковому коллективу [6, с. 138]. Принимая во внимание данный фактор, исследователь предлагает различать четыре вида прагматической адаптации, которые будут проанализированы ниже.

Главная задача первого вида — обеспечение адекватного понимания сообщения реципиентом. Поскольку иноязычный реципиент может не обладать определёнными фоновыми знаниями, переводчику следует прибегнуть к использованию дополнительной информации для восполнения лакун, возникших вследствие перевода имени собственного. К данному виду адаптации относят такие преобразования как добавление, замена и опущение [6, с. 139].

Второй вид прагматической адаптации предполагает точную передачу эмоционального компонента сообщения для верной интерпретации содержания оригинала. В каждом языке есть имена собственные, которые вызывают определённый ассоциативный ряд в сознании многих людей, неточная передача информации или её искажение может привести к несовпадению прагматических потенциалов имён собственных на ИЯ и ПЯ [6, с. 141].

Третий вид прагматической адаптации ориентирован на конкретного реципиента, поэтому переводчики прибегают к значительным изменениям в процессе перевода для сохранения желаемого воздействия на ПЯ [6, с. 143].

Четвёртый вид прагматической адаптации сопряжён с феноменом, получившим название «экстрапереводческая сверхзадача». Используя данный вид адаптации, переводчик может искажать текст оригинала для решения определённой задачи, целью которой не является точное воспроизведение исходного сообщения [6, с. 144].

Современный исследователь в области перевода и переводоведения рассматривает прагматическую адаптацию как универсальную технологию осуществления переводческой деятельности, процесс которой может быть представлен последовательным алгоритмом действий: вначале происходит разделение процесса прагматической адаптации переводного текста на цепочку операций, а затем дается характеристика типов прагматической адаптации [5, с. 123].

А. Н. Злобин выделяет три вида прагматической адаптации: добавление, опущение и замена, которая в свою очередь включает в себя конкретизацию (сужение) и генерализацию (расширение) [5, с. 125].

Исследователь выделяет типы прагматической адаптации: внутриязыковая адаптация и межязыковая адаптация (преобразование текста оригинала и форм его выражения) [5, с. 125].

Модифицирующие действия и операции объединяют в себе: системно-нейтрализующие, нормативно-нейтрализующие, узуально-нейтрализующие, преинформационно-нейтрализующие действия [5, с. 125].

К действиям смешанного характера автор относит транслирующе-модифицирующие действия [5, с. 125].

Учёный акцентирует своё внимание на том, что невозможно говорить об одном универсальном способе для точной передачи авторской мысли. Переводчику потребуется воспользоваться всем арсеналом модифицирующих действий и операций [Злобин, 2022, с. 125].

Кроме упомянутых выше разновидностей прагматической адаптации Н. В. Тимко выделяет транслитерацию, калькирование, описательный перевод, приближенный перевод, использование аналога, элиминацию национально-культурной специфики, экспликацию национально-культурного содержания, метонимический перевод, лингвокультурологический комментарий, перевод по ассоциативно-смысловой функции [10, с. 141].

Рассуждая о роли прагматической адаптации при переводе специального художественного текста (в данной работе – анимационного мультипликационного текста), О. В. Петрова акцентирует внимание на том, что задача переводчика заключается в адаптации текста таким образом, чтобы перевод способствовал полному погружению читателя в творческий мир автора, его мысли, сюжета произведения, знакомству с героями и их взаимоотношениями друг с другом. Переводчику следует позаботиться о том, чтобы читатель не испытывал трудностей при ознакомлении с оригиналом в силу их принадлежности к различным лингвокультурам. Читатель должен испытывать такие же эмоции, что и реципиент оригинального текста [7, с. 268].

По мнению И. И. Гришиной, внутреннее содержание, порой скрытое от человеческого взора, необходимо реципиенту иной культуры для выявления «характерологической сущности» героя, его роли и задач, которые, в свою очередь, определяют его поступки и поведение [4, с. 79].

Говоря об особенностях применения переводческих стратегий к китайским именам собственным, обратимся к исследованию современных авторов. Для более точной передачи имён собственных, учёные-переводоведы рекомендуют соблюдать принцип фонетической близости имени собственного в оригинале и переводе; тщательно выбирать иероглиф (учитывая этимологию имени) для передачи точного образа героя и его роли в художественном произведении [1, с. 189].

Анализируя особенности перевода иноязычных имён собственных на китайский язык, следует отметить, что некоторые слова не имеют устоявшегося варианта перевода, именно поэтому они могут передаваться разными и равноценными способами. Кроме этого, автор отмечает, что заимствованные слова из разных языков приводят к появлению нескольких вариантов перевода. Однако, в переводческой практике встречается и обратный случай вышеописанному, когда одному закрепившемуся варианту соответствует несколько вариантов перевода.

Результаты исследования

В результате проведённого анализа имён собственных на материале текстов мультипликационного произведения «Zootopia» («疯狂动物城») выявлены основные способы передачи прагматической адаптации ИС, а также выделены виды прагматической адаптации.

Отметим, что данное мультипликационное произведение отличается широким разнообразием имён собственных героев со скрытым внутренним содержанием.

Имя главной героини анимационного фильма Judy Hopps (Джуди Хопс) в китайском языке передано как 朱迪霍布斯.

Оригинал	Перевод на китайский язык	Способ перевода
Judy Hopps	朱迪 霍布斯	Транскрипция

Имя персонажа Judy (zhūdí huòbùsī) передано с помощью способа транскрипции, поскольку имя широко распространено в европейской культуре и переводчику не составило трудности подобрать соответствующий аналог в китайском языке. Однако учитывая особенности языка, переводчику не только удалось сохранить принцип благозвучия в ПЯ, но и подобрать иероглифы, которые частично раскрывали характер персонажа. Иероглиф 迪 в переводе с китайского языка дословно значит «направлять, наставлять на путь истинный, научать». Джуди с раннего детства мечтала стать полицейским и бороться с преступностью в городе.

Аналогичным преобразованием подвергается фамилия героини. Эквивалентный перевод и выбор подходящих иероглифов, входящих в состав фамилии, позволяет подчеркнуть видовую принадлежность героини. 霍 в переводе с китайского языка значит «быстрый, стремительный». Значение иероглифа 布 интерпретируется как ткань, материал, на первый взгляд реципиенту принимающей культуры будет трудно провести параллель между героиней и значением, однако главная героиня — крольчиха, то есть животное, тело которой покрытой мягкой шерстью.

Так, например, один из главных героев Nick Wilde в китайскоязычной версии получает имя 狐尼克.

Оригинал	Перевод на китайский язык	Способ перевода
Nick Wilde	狐尼克	Транскрипция, замена фамилии

Личное имя главного героя Nick Wilde передаётся посредством способа транскрипции. Принимая во внимание богатство китайского наследия, переводчик подбирает стилистически нейтральный омоним 克, который трактуется как «одерживать победу, выигрывать, быть сильным». Главный герой — мелкий жулик, который умело ведет бизнес в Зверополисе. Фамилия героя также передает его родовую принадлежность с помощью иероглифа 狐, что переводится как «лиса». Wild в английском языке значит «дикий, хищный, хитрый», автор оригинального текста напрямую передает своё отношение к герою. В сознании англоязычных реципиентов лиса — это символ изобретательности и свободы, и имеет положительную окраску, как и в Китае. Именно поэтому переводчик во избежание неверной трактовки авторского отношения к герою решает воспользоваться стилистически нейтральным словом для построения эффективных ассоциативных связей в сознании читателей.

Ещё одно имя в оригинальной версии мультфильма принадлежит боссу мафии Mr. Big и в дублированной версии звучит как大先生.

Оригинал	Перевод на китайский язык	Способ перевода
Mr. Big	大先生	Калькирование

Для англоязычных зрителей Mr. (mister) употребляется в качестве вежливого обращения по отношению к мужчине, который обладает определённым статусом в обществе. Обращение 先生привычно для китайских народов, но по своей форме оно мало чем отличается от английского аналога. Mr. Big — это босс мафии Тундратауна, самый маленький, но в тоже время самый властный герой мультипликационного произведения, при произнесении имени которого мирные жители трепещут от страха. Когда читатель знакомится с данным персонажем, в его сознании возникает образ, сопряжённый с большим и устрашающим животным, медведем, львом или носорогом. Однако, данный герой — это арктическая бурозубка. Фамилия Big получает аналогичный перевод в китайском языке 大. Эквивалентный перевод говорящего имени собственного данного персонажа в полной мере передаёт его характеристики и не вызывает затруднений. В данном примере приём калькирования позволяет передать комический эффект, которой производит имя главного героя. Заложенный автором смысл можно трактовать как: «маленький, да удаленький».

Главный антагонист мультфильма — мисс Барашкинс, известна китайскоязычным реципиентам как 羊副市长.

Оригинал	Перевод на китайский язык	Способ перевода
Dawn Bellwether	羊副市长	Замена имени

Dawn Bellwether по сюжету мультфильма — это заместитель мэра современного мегаполиса, населённого различными видами животных. Фамилия и имя героини на китайском языке,

к сожалению, не отражают авторского замысла. Dawn в английском языке означает «рассвет, зарождение, зачатки». Существительное bellwether буквально означает «лидер, вожак». Переводчик использует видо-родовое соответствие, используя эквивалент羊 в китайском языке. Обращение к героине представляет собой существительное 副市长, обозначающее «заместитель главы города». Перевод имени отражает особенности родовой и профессиональной принадлежности героини. Данная замена, на наш взгляд, является оправданной.

Имя ещё одного персонажа получает эквивалентный перевод 狮子市长.

Оригинал	Перевод на китайский язык	Способ перевода
Leodore Lionheart	狮子市长	Полукалька, замена фамилии

Leodore Lionheart — один из главных героев мультипликационного произведения. 狮子市长 — дословно переводится как «мэр города — лев». В имени и фамилии главного героя содержатся семы lion и leo, что буквально значит лев, в китайском языке имя получает эквивалентный перевод 狮子. Поскольку в Китае немаловажную роль играет социальный статус в обществе, переводчик во избежание повтора использует должность главного героя. В целом персонаж не лишается своих личностных качеств и части образа, а наоборот, благодаря использованию данного приёма приобретает особый статус в глазах юных зрителей.

Размышляя об использовании лингвистических корпусов в переводе, авторы отмечают, что не существует точных соответствующих единиц измерения или идентичных контекстов [9, с. 94]. Данное высказывание применимо и к нашему исследованию, поскольку многие имена собственные претерпевают значительные изменения в ходе переводческого процесса, которые вызывают противоречивые чувства у реципиентов. В ходе таких изменений персонаж может потерять часть своего образа, а у реципиента сформируется иное представление о герое, его образе и поступках.

Заключение

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что, говоря о прагматической адаптации, невозможно выбрать только лишь один способ из всего имеющегося арсенала средств, для приспособления имени к реалиям иной культуры. Наиболее частотным решением является использование способа транскрипции (41 %), далее идет калькирование (17 %) и сочетание транскрипции и калькирования (17 %), замена имени (17 %), а также полукалькирование и замена фамилии (8 %). На наш взгляд это вызвано стремлением переводчика сохранить культурную специфику при передаче с одного языка на другой. Фонетический метод был распространен на протяжении долгих лет, так как считалось, что имена собственные не имеют внутреннего содержания [16, p. 280]. На наш взгляд это вызвано стремлением переводчика сохранить культурную специфику при передаче с одного языка на другой. Учитывая особенности китайскоязычных имён, на наш взгляд, незначительные потери в переводе оправданы (замена «говорящих» сем на стилистически нейтральные), поскольку имя полностью адаптировано под реалии принимающей культуры и не вызывает затруднений у маленьких реципиентов мультипликационного произведения.

Как показали результаты исследования, перевод имён собственных на китайский язык вызывает особые трудности у переводчиков, поскольку составляющие имени — это иероглифы. Иероглиф, в свою очередь, состоит из графем или значащих элементов знака, поэтому даже если переводчик будет придерживаться стратегии транскрибирования, ему следует подобрать стилистически нейтральные иероглифы во избежание негативных коннотаций с образом персонажа. Китайский язык — это язык символов и образов. Процесс подбора иероглифа является весьма трудоемким занятием, поэтому переводчики вместо стандартной адаптации фамилии или имени используют слова, ассоциирующиеся и указывающие на род деятельности героя, возраст, социальный статус в обществе. Перед переводчиками стоит задача не только адаптировать имя, учитывая лингвистические особенности, но и обращая особо внимание на экстралингвистические факторы, такие как: реципиент сообщения, национальные особенности, профессиональные занятия, культурные традиции и обычаи народа, т. е. для наиболее полной передачи имени собственного переводчику следует учитывать культурную принадлежность имени, наличие прецедентного варианта и уровень фоновых знаний реципиентов мультипликационного произведения.

Список источников

1. Айсакова Е. А., Сунь М. Проблема адекватной передачи имён собственных при переводе художественного произведения // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. № 3. С. 186–189.

2. Бузаджи Д. М. Хоть горшком назови // Мосты. Журнал переводчиков. 2005. № 1 (5). С. 64–75.

3. Горшкова В. Е. Субтитры как элемент современного языка // Вестник Воронежского государственного университета. Серия : Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. № 1. С. 33–39.

4. Гришина И. И. О двух подходах к интерпретации имени собственного // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2010. № 1 (5). Ч. 2. С. 77–80.

5. Злобин А. Н. К проблеме технологизации прагматической адаптации перевода // Переводческий дискурс: междисциплинарный подход: материалы VI международной научно-практической конференции. Симферополь, 2022. С. 121–126.

6. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение : Учеб. Пособие. 2-е изд., испр. М. : Р. Валент, 2011. 408 с.

7. Петрова О. В. Что, где, когда, зачем и как? (Размышляя о прагматической адаптации) // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2021. № 3. С. 266–279.

8. Райс К. Классификация текстов и методы перевода // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. М. : Международные отношения, 1978. С. 202–228.

9. Ремхе И. Н., Нефедова Л. А. Использование лингвистического корпуса в обучении переводу // Вопросы когнитивной лингвистики. 2015. № 2 (43). С. 89–95.

10. Тимко Н. В. Фактор «культура» в переводе. 2-е изд., доп. Курск : Курск. гос. ун-т., 2007. 154 с.

11. Швейцер А. Д. Перевод и лингвистика (Газетно-информационный и военно-публицистический перевод). М. : Воениздат, 1973. 280 с.

12. Anderman G., Diaz-Cintas J. Audiovisual Translation : Language Transfer on Screen // Palgrave Macmillan. 2009. 272 p.

13. Blinn M. D. Dubbed or Duped? Path Dependence in the German Film Market : An Inquiry into the Origins, Persistence, and Effects of the Dubbing Standard in Germany. Berlin, 2009.

14. Cintas J. D. The Didactics of Audiovisual Translation. Benjamin's Translation Library. 2008. 281 c.

15. Paquin R. Translator, Adapter, Screenwriter. Translating for the audiovisual // Translation Journal. 1998. 67 p.

16. Yang M. The Conveying of Semantic Content While Translating Proper Names from Russian into Chinese (by the example of the M. Bulgakov's novel «The Master and Margarita») // SFU magazine. Gumanitarnye Nauki. 2010. № 2. P. 277–283.

References

1. Aisakova EA, Sounj M. Problem of adequate transfer of proper names when translating a work of fiction. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. = Philology. Theory & Practice.* 2019;(3):186-189. (in Russ.).

2. Buzadzhi DM. Khot' gorshkom nazovi. *Mosty. Zhurnal perevodchikov. = Bridges. The Journal of Translators.* 2005;(1(5):64-75. (in Russ.).

3. Gorshkova VE. Subtitles as an element of modern film language. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya : Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya = Proceedings of Voronezh State University. Series : Linguistics and intercultural communication.* 2024;(1):33-39. (in Russ.).

4. Grishina II. About two approaches to a proper name interpretation. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. = Philology. Theory & Practice.* 2010;(1(5;2):77-80. (in Russ.).

5. Zlobin AN. K probleme tekhnologizatsii pragmaticheskoy adaptatsii perevoda = Perevodcheskiy diskurs: mezhdistsiplinarnyy podkhod: materialy VI mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. Simferopol; 2022. Pp. 121-126. (in Russ.).

6. Komissarov VN. Sovremennoe perevodovedenie. Textbook. Moscow; 2011. 408 p. (in Russ.).

7. Petrova OV. What, where, when, what for and how? (Reflections on pragmatic adaptation). *Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoy lingvistiki = Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics.* 2021;(3):266-279. (in Russ.).

8. Rays K. Klassifikatsiya tekstov i metody perevoda. Voprosy teorii perevoda v zarubezhnoy lingvistike = Issues of translation theory in foreign linguistic, 1978. Pp. 202-28. (in Russ.).

9. Remkhe IN, Nefedova LA. Using corpora tools in teaching translation. Voprosy kognitivnoy lingvistiki = Issues of cognitive linguistics. 2015. Pp. 89-95.

10. Timko NV. Faktor «kul'tura» v perevode = The Cultural Factor in Translation. Monograph. Kursk. 2007. 154 p. (in Russ.).

11. Schweitzer AD. Perevod i lingvistika (Gazetno-informatsionnyy i voenno-publitsisticheskiy perevod). Textbook. Moscow. 1973. 280 p. (in Russ.).

12. Anderman G, Diaz-Cintas J. Audiovisual Translation: Language Transfer on Screen. Textbook. New York. 2009. 272 p.

13. Blinn MD. Dubbed or Duped? Path Dependence in the German Film Market: An Inquiry into the Origins, Persistence, and Effects of the Dubbing Standard in Germany : dis. ... doct. of philol. Berlin. 2009. 285 p.

14. Cintas JD. The Didactics of Audiovisual Translation. Textbook. Amsterdam. 2008. 281 p.

15. Paquin R. Translator, Adapter, Screenwriter. Translating for the audiovisual = Translation Journal. 1998. 67 p.

16. Yang M. The Conveying of Semantic Content While Translating Proper Names from Russian into Chinese (by the example of the M. Bulgakov's novel «The Master and Margarita»). *Gumanitarnye nauki = Humanities and social sciences.* 2010;(2):277- 283.

Информация об авторах

Л. А. Нефедова — доктор филологических наук, профессор, декан факультета лингвистики и перевода, заслуженный работник РФ.

В. В. Полупанова — аспирант.

Information about the authors

L. A. Nefedova — Doctor of Philology Sciences, Professor, Dean of State University, Honored Worker of the Russian Federation.

V. V. Polupanova — postgraduate student.

Статья поступила в редакцию 05.09.2024; одобрена после рецензирования 22.09.2024; принята к публикации 24.09.2024.

The article was submitted 05.09.2024; approved after reviewing 22.09.2024; accepted for publication 24.09.2024.

Вклад авторов: 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.

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 199–212.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):199-212.

Научная статья

УДК 81’25

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-199-212

СТРАТЕГИИ ПЕРЕВОДА В ИНТЕГРАЛЬНОМ ОСВЕЩЕНИИ

Тамара Николаевна Хомутова

Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет), Челябинск, Россия, khomutovatn@susu.ru, 0000-0001-5244-3960

Аннотация. Статья посвящена проблеме определения и моделирования стратегий перевода с позиций интегрального подхода. Интегральный подход понимается как такой подход к языку и языковым объектам, в котором объединяются различные точки зрения на один и тот же объект исследования в целях его целостного, разностороннего представления. В основе данного подхода лежит универсальная интегральная модель языка. Стратегия перевода в интегральном освещении определяется как интегральный рассредоточенный объект, общая программа действий переводчика, направленная на создание текста перевода в соответствии с когнитивными, социальными, культурными, языковыми и коммуникативными целями автора исходного текста и/или инициатора перевода в условиях конкретной коммуникативной ситуации. Стратегия перевода как интегральный объект и общая программа действий переводчика характеризует любой перевод в целом, такую стратегию мы называем общей. Применив интегральное моделирование к общей стратегии перевода, мы выделили в ее интегральной модели четыре сектора: когнитивный, языковой, культурный и социальный, единицы которых актуализируются с помощью механизма коммуникативной деятельности. Коммуникативная деятельность является пятой составляющей интегральной модели, активирующей и объединяющей единицы всех секторов в единое целое. С учётом интегральной природы общей переводческой стратегии мы выделяем когнитивные, культурные, социальные, языковые и коммуникативные стратегии перевода. Каждая из этих стратегий представляет собой сложное единство частных стратегий, которые взаимосвязаны и взаимообусловлены общими и частными целями перевода и условиями коммуникации. Частные стратегии перевода представляют собой неотъемлемые части общей интегральной стратегии и разделяются лишь в исследовательских целях. Изучение интегральной природы стратегий перевода и их корреляций на материале текстов различных стилей и жанров может стать предметом дальнейших исследований.

Ключевые слова: стратегия перевода, интегральный подход, интегральная модель, когнитивные стратегии перевода, коммуникативные стратегии перевода, социальные стратегии перевода, культурные стратегии перевода, языковые стратегии перевода

Для цитирования: Хомутова Т. Н. Стратегии перевода в интегральном освещении // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 199–212. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-199-212.

Original article

TRANSLATION STRATEGIES: AN INTEGRAL APPROACH

Tamara N. Khomutova

South Ural State University (national research university), Chelyabinsk, Russia, khomutovatn@susu.ru, 0000-0001-5244-3960

Abstract. The article focuses on the problem of defining and modeling translation strategies within the framework of an integral approach. An integral approach is an approach to language and linguistic objects that combines different points of view on the same object of study for the purpose of its holistic, multifaceted presentation. This approach is based on a universal integral model of language. Translation strategy from an integral perspective is defined as an integral dispersed object, a general program of actions of the translator aimed at creating a translation text in accordance with the cognitive, social, cultural, linguistic and communicative goals of the author of the source text and / or the initiator of the translation in a particular communicative situation. Translation strategy as an integral object and a general program of actions of the translator characterizes any translation as a whole, we call such a

© Хомутова Т. Н., 2024

strategy general. Having applied integral modeling to the general translation strategy, we have identified four sectors in its integral model: cognitive, linguistic, cultural and social, the units of which are actualized with the help of the mechanism of communicative activity. Communicative activity is the fifth component of the integral model, activating and uniting the units of all sectors into a single whole. Based on the integral nature of the general translation strategy, we highlight cognitive, cultural, social, linguistic and communicative translation strategies. Each of these strategies is a complex unity of specific strategies that are interconnected and interdependent due to the general and specific objectives of translation and the conditions of communication. Specific translation strategies are integral parts of the general integral strategy and are separated only for research purposes. The study of the integral nature of translation strategies and their correlations based on texts of various styles and genres can be the subject of further research.

Keywords: translation strategy, integral approach, integral model, cognitive translation strategies, communicative translation strategies, social translation strategies, cultural translation strategies, language translation strategies

For citation: Khomutova TN. Translation strategies: an integral approach. *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;(8(490):199-212. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-199-212.

Введение

В последнее время в лингвистической литературе термин «стратегия» по отношению к переводу употребляется довольно широко, предлагаются различные определения и типологии переводческих стратегий, базирующиеся на различных основаниях, что приводит к некоторой расплывчатости данного понятия. Актуальность настоящего исследования обусловлена как наличием лакун в этой области, так и возможностью дальнейшей разработки теоретических основ исследования стратегий перевода с позиций нового интегрального подхода в лингвистике.

Цель статьи — разработка и теоретическое обоснование интегральной модели переводческих стратегий. Для достижения поставленной цели мы планируем кратко рассмотреть понятие стратегий перевода в различных парадигмах лингвистического знания, дать определение перевода и переводческих стратегий с позиций интегрального подхода, разработать интегральную модель стратегий перевода, определить перспективы дальнейшего исследования.

Методологическая база исследования представлена интегральной лингвистикой текста и дискурса [16-17], а также такими подходами современного переводоведения, как текстоцентрический / лингвистический [2; 7; 12; 24; 28; 33], лингвокогнитивный [8; 23; 26], когнитивно-коммуникативный [13], когнитивно-деятельностный [9], лингвокультурный [14; 21; 22; 32], скопос-теория [29], коммуникативно-функциональный [11], дискурсивно-коммуникативный [4] и ряд других.

Гипотеза исследования заключается в том, что интегральный подход позволит дать системное представление о стратегиях перевода и теоретически обосновать их сущность и место в общей системе переводческой деятельности.

Различные подходы к определению стратегий перевода в современном переводоведении, в первую очередь, связаны с различным пониманием перевода. В современных переводоведческих исследованиях, как правило, выделяют два основных подхода к переводу: текстоцентрический / лингвистический и коммуникативный / функциональный [4; 11], которые соответствуют ведущим парадигмам лингвистического знания: формальной и функциональной [31].

Формалисты рассматривают перевод как процесс создания текста, эквивалентного тексту оригинала, и сводят его к лингвистическому анализу элементов текста и их связей в отрыве от коммуникативной ситуации. Стратегия перевода в формальной парадигме — это достижение эквивалентности текста перевода оригиналу в соответствии с нормами и правилами языка, лексическими, грамматическими, стилистическими и т.д.

Для функционалистов перевод — это социально и структурно организованная речь, социальное взаимодействие, осуществляемое с определённой целью. Соответственно, и стратегии перевода в функциональной парадигме определяются в зависимости от реализуемых целей. Следует отметить, что функциональная парадигма сама по себе не однородна и включает такие разновидности или варианты, как скопос-теория [29], коммуникативно-функциональный [11], дискурсивно-коммуникативный [4], лингвокогнитивный [8; 23; 26], лингвокультурный [14; 21; 22; 32] и ряд других подходов. Подробный анализ текстоцентрических и функциональных подходов к изучению переводческой деятельности приводится в [1; 4; 8; 11].

Следует отметить, что представленные выше подходы в большинстве своем лишь указывают на фокус внимания исследователей, на деле

являясь смешанными, гибридными. Так, например, перевод у В. Н. Комиссарова [7], Я. И. Рецкера [10], А. Д. Швейцера [19] включает как формальный / лингвистический (трансформации), так и функциональный / прагматический аспекты. У В. В. Сдобникова [11] — это функциональный (цель, коммуникативная ситуация) и формальный / лингвистический (переводческие операции) аспекты. А. Г. Минченков [8] в своём когнитивно-эвристическом подходе объединяет когнитивный, коммуникативный и психолингвистический аспекты, а В. И. Хайруллин [14] — когнитивные и лингвокультурологические аспекты. Всё это свидетельствует о многоаспектном характере перевода и его стратегий.

Взгляды на типологию стратегий перевода, как и на их определение, не отличаются единообразием. Так, в современном переводоведении выделяют следующие типологии стратегий: 1) процедурные и текстовые стратегии; 2) локальные и глобальные стратегии; 3) когнитивные и продуктивные стратегии; 4) стратегии форенизации и доместикации; 5) стратегии коммуникативно-равноценного, терциарного и переадресованного перевода; 6) общая установка — макростратегии — микростратегии и т. д. [4; 11; 30].

Процедурные стратегии рассматриваются как алгоритм действий переводчика, трактовка *текстовых* стратегий близка к трактовке приёмов перевода, или тактик в отечественной традиции. *Локальные* стратегии связаны с переводом конкретных языковых структур и лексических единиц, в то время как *глобальные* стратегии действуют на более общем уровне и касаются широких вопросов текстового стиля и выделения определённых аспектов исходного текста при переводе. *Когнитивные* стратегии связаны с анализом исходного текста, в то время как *продуктивные* являются результатом применения когнитивных стратегий, они связаны с тем, как переводчик оперирует лингвистическим материалом, чтобы создать соответствующий целевой текст [30, с 283–285]. Три рассмотренные типологии стратегий перевода имеют общее основание: все они противопоставляют стратегии (процедурные, глобальные, когнитивные) как общие когнитивные программы перевода текста, с одной стороны, и стратегии (текстовые, локальные, продуктивные) как конкретные языковые переводческие операции (лексические, синтаксические, стилистические, прагматические и т.д.) по реализации той или иной общей программы, с другой стороны. Строго говоря, это не различные типологии стратегий перевода, а использование различных терминов для сопоставления общих когнитивных и конкретных языковых стратегий.

В отличие от рассмотренных выше типологий когнитивных и языковых стратегий, стратегии форенизации и доместикации [22; 32] базируются на общем лингвокультурном основании. По определению Л. Венути, который первым ввёл термины *форенизация* и *доместикация* в научный оборот, форенизация — это стратегия, направленная на максимальное сохранение оригинальных языковых и культурных ценностей, которая «приближает читателя к автору». Доместикация, напротив, ориентирована на максимальное «приближение автора к читателю», где переводчик создаёт максимально удобный для восприятия адресата текст, акцент делается на культурных ценностях языка перевода [32]. Таким образом, стратегии форенизации и доместикации можно рассматривать как культурно-обусловленные. Лингвокультурный подход по отношению к стратегиями перевода является весьма важным на современном этапе развития общества в целом и переводоведения в частности. Подробный обзор работ по истории вопроса и анализу стратегий форенизации и доместикации приводится в [21; 30; 32].

Оригинальную типологию стратегий перевода в рамках авторского коммуникативно-функционального подхода предлагает В. В. Сдобников [11]. Под стратегией перевода автор понимает программу «осуществления переводческой деятельности в рамках определенной коммуникативной ситуации, создаваемую с учётом специфических особенностей данной ситуации и осознанной цели перевода», тактику перевода предлагается рассматривать как «системно организованную совокупность переводческих операций, используемых для решения определенной задачи с учетом избранной стратегии перевода» [11, с. 115]. В такой интерпретации тактики как совокупности конкретных переводческих операций противопоставляются стратегиям как абстрактным программам осуществления перевода, тем самым, на наш взгляд, подчеркивается подчиненный характер тактик как средств вербализации стратегий. В настоящей работе мы предпочитаем относить переводческие приемы и операции к языковым стратегиям, отмечая таким образом равноправный взаимозависимый и взаимообусловленный характер различных стратегий перевода.

В основе типологии стратегий перевода В. В. Сдобникова лежит анализ коммуникативной ситуации (цель, участники коммуникации, контекст). Автор выделяет следующие типы стратегий применительно к разным коммуникативным ситуациям: стратегия коммуникативно-равноценного перевода, стратегия терциарного перевода, стратегия переадресации [11]. В соответствии с коммуникативно-равноценной стратегией перевод должен служить средством реализации коммуникативных намерений отправителя исходного сообщения. Используя стратегию терциарного перевода, переводчик преследует цель, отличную от замысла автора оригинала. Стратегия переадресации направлена на формирование текста на переводящем языке, предназначенного для адресата, отличного от получателя исходного текста не только национально-культурной принадлежностью, но и социальными характеристиками [11, с. 54–109]. Выбор конкретной стратегии зависит от цели коммуникации.

В основе стратегии перевода в дискурсивно-коммуникативной модели перевода Т. А. Волковой лежит следующая система: 1) общая установка переводчика как некая суперстратегия, например, установка на полный и точный перевод; 2) макростратегия перевода на уровнях дискурса, коммуникации, действительности; 3) микростратегия перевода на уровне текста, включающая, в основном, лингвистические особенности исходного текста [4]. Не вдаваясь в полемику по данному вопросу, отметим определенное сходство типологии стратегий Т. А. Волковой с некоторыми из рассмотренных выше типологий. Так, общая установка, на наш взгляд, соответствует основной коммуникативной цели заказчика перевода, макростратегии — глобальным, или процедурным стратегиям, микростратегии — текстовым стратегиям, или тактикам как совокупностям переводческих приемов и операций. В настоящей работе, как указывалось выше, мы предпочитаем использовать термин «стратегия» по отношению к различным переводческим стратегиям, подчёркивая тем самым их равнозначность, взаимозависимость и взаимообусловленность.

Важным для исследования стратегий перевода, на наш взгляд, является и то, что в процессе создания текста на переводящем языке, переводчик ориентируется на исходный текст, который создан автором с определенной целью и с помощью определенных дискурсивных стратегий. Вопрос дискурсивных стратегий исследовался в работах таких известных лингвистов, как Т. ван Дейк и В. Кинч, Дж. Гамперц, В. З. Демьянков, О. С. Исерс, М. Л. Макаров и др., обзор работ которых приводится в [17]. Думается, что исследование соответствия дискурсивных стратегий исходного текста и текста перевода могло бы стать предметом отдельного исследования.

Подводя итог рассмотрению различных подходов к определению перевода и переводческих стратегий, отметим, что, хотя приведенный обзор не является исчерпывающим, он может дать общее представление о многоаспектности исследуемых объектов, при этом изучение каждого из аспектов заслуживает внимания. Важно только за всем этим многообразием не упустить из виду целое. Подход, направленный на поиск и выявление единых глубинных механизмов функционирования этого целого, мы называем интегральным и на его основе предпримем попытку системно представить стратегии перевода.

Методы исследования

Интегральный подход в контексте данной работы понимается как такой подход к языку и языковым объектам, в котором объединяются различные точки зрения на один и тот же объект исследования в целях его целостного, разностороннего, объемного представления, при этом все составные части интегрального подхода должны быть не простой совокупностью, а объединяться некой общей идеей, позволяющей определять их взаимосвязь и взаимозависимость при описании и объяснении объекта исследования и, в конечном итоге, определять этот подход как целостный [16].

Основой интегральной модели языка и языковых объектов является «всесекторная, всеуровневая» модель, в которой мы выделяем четыре сектора: когитивный, языковой, культурный и социальный, объединенные единым стержнем – пятой составляющей модели — коммуникативной деятельностью, при этом существует взаимозависимость и взаимообусловленность всех элементов интегральной модели. Подробное описание интегрального подхода и методологии интегрального моделирования приводится в [16].

Новизна интегрального подхода заключается не только в стремлении представить языковые объекты как целостные образования во всём многообразии составляющих их взаимозависимых и взаимообусловленных единиц, но и в том, что этот подход позволяет работать с любыми языковыми объектами. Так, интегральный подход доказал свою состоятельность в исследованиях, объектами которых являлись различные

типы дискурсов, текстов, жанров, их структурные единицы, коммуникативные, когнитивные и лингвокультурологические категории и др. [6]. Объектом настоящего исследования стали стратегии перевода, актуальность изучения которых, как указывалось выше, не вызывает сомнений.

Результаты исследования и их обсуждение

С позиций интегрального подхода перевод — это интегральный рассредоточенный феномен, который представляет собой предметно-знаковую модель сопряженных коммуникативных деятельностей автора исходного текста, инициатора перевода, переводчика и адресата переведённого текста, вербализующую фрагменты знания, переводящего языка, культур исходного и переводящего языка, а также социального пространства в их глобальном единстве и взаимообусловленности, в результате чего происходит управление деятельностью адресата.

Стратегия перевода в интегральном освещении определяется нами как интегральный рассредоточенный объект, общая программа действий переводчика, направленная на создание текста перевода в соответствии с когнитивными, социальными, культурными, языковыми и коммуникативными целями автора исходного текста и/или инициатора перевода в условиях конкретной коммуникативной ситуации. Стратегия перевода как интегральный объект и общая программа действий переводчика характеризует любой перевод в целом, такую стратегию мы называем общей.

Применив моделирование с позиций интегрального подхода к общей стратегии перевода, мы выделили в ее интегральной модели четыре сектора: когнитивный, языковой, культурный и социальный, единицы которых актуализуются с помощью пятой составляющей — коммуникативной деятельности. Частные стратегии перевода как единицы каждого сектора представляют собой неотъемлемые части общей интегральной стратегии перевода, в которой они взаимосвязаны и взаимообусловлены и разделяются лишь в исследовательских целях. На рис.1 приводится интегральная модель общей стратегии перевода (СП).

В *когнитивном* секторе интегральной модели стратегии перевода представляют собой когнитивные стратегии перевода фрагмента знания исходного текста. К этому знанию относится декларативное и процедурное. Декларативное знание представляет собой концепты, концептуальные системы, тематическую структуру текста. Процедурное знание (умения оперировать концептами) представлено в определенном уровне мышления, необходимом для производства и понимания исходного и переведенного текста, а также в соответствующих этапу познания макроструктурах (проблема-решение, список, описание, хронологическая последовательность и т.д.). Когнитивные стратегии перевода могут быть когнитивно-равноценными и когнитивно-неравноценными в зависимости от заказа инициатора перевода. Так, полный и точный перевод предполагает когнитивно-равноценную стратегию, а реферативный — когнитивно-неравноценную. Когнитивные переводческие стратегии — это, как правило, стратегии эквивалентного-неэквивалентного перевода на семантическом и синтаксическом уровнях в традиционной терминологии. Когнитивные стратегии перевода тесно связаны со стратегиями перевода социального сектора.

Когнитивный сектор	**Языковой сектор**
СП текста как фрагмента знания (знание предметной области) • Когнитивно-равноценные • Когнитивно-неравноценные	*СП текста как фрагмента национального языка (приемы и операции перевода)* • Лексические • Стилистические • Грамматические • Текстовые/дискурсивные и др.
Коммуникативная составляющая	
СП текста как фрагмента сопряженных коммуникативных деятельностей • Коммуникативно-равноценные • Коммуникативно-неравноценные	
Культурный сектор	**Социальный сектор**
СП текста как фрагмента культуры: • Доместикация • Форенизация	*СП текста как фрагмента социального пространства:* • Исходная адресация • Переадресация

Рис. 1. Интегральная модель общей стратегии перевода (СП)
Fig. 1. Integral model of the general joint venture

Социальные стратегии перевода в самом общем смысле обусловлены факторами инициатора, переводчика и адресата, их социально-обусловленным коммуникативным поведением в виде типичных структур вербальной коммуникации (функционального стиля и жанра). Как известно, любой текст в социальном плане репрезентирует определённый функциональный стиль, тесно связанный с социально-значимой сферой деятельности и сферой общения, а жанр представляет собой тип дискурсов, отражающих сходные социальные действия [15]. Неоднородность социума, которая выражается в профессиональной, гендерной, возрастной принадлежности, индивидуальных психологических, когнитивных, культурных и других особенностях, требует от переводчика применения различных социальных стратегий. К социальным переводческим стратегиям мы относим стратегии исходной адресации (адресат исходного текста по своим социальным характеристикам идентичен адресату переводимого текста) и переадресации. Переадресация у В. В. Сдобникова, выделившего эту стратегию, подразумевает не только смену адресата как носителя другого языка, но и все связанные с этим изменения: возрастные, гендерные, профессиональные, изменения в когнитивных структурах, стиле, жанре, культурных ценностях и т.д. То есть очевидна взаимосвязь и взаимообусловленность стратегий перевода во всех секторах.

Текст как *фрагмент культуры* базируется на культурных ценностях того или иного народа. Культурные ценности, в свою очередь, тесно связаны с языком, обществом, мышлением и обусловливают тип последнего [27]. Культурно-обусловленный тип мышления выражается, в частности, национально-специфическими моделями макроструктуры, суперструктуры и композиционной структуры текста. В культурном секторе переводческие стратегии призваны обеспечить перевод, который по заказу инициатора или самого переводчика должен либо приближать автора исходного текста к адресату, другими словами, «одомашнивать», или доместицировать текст перевода, либо приближать адресата к автору, то есть «очуждать», или форенизировать перевод. Соответственно, в культурном секторе мы выделяем такие стратегии, как «доместикация» и «форенизация». Указанные переводческие стратегии используются не только при переводе отдельных концептов, но и при переводе целых текстов с учётом культурно-обусловленного типа мышления, например, при переводе научных текстов с русского языка (традиционно ассоциативный, зигзагообразный тип мышления) на английский язык (прямой, линейный тип мышления), что выражается в изменении структуры / композиции текста. Следует отметить, что указанные стратегии перевода не исключают, а дополняют друг друга и, как правило, используются параллельно в одном и том же тексте перевода для достижения поставленной цели, что свидетельствует о полифоническом характере стратегий перевода.

В *языковом* секторе стратегии перевода представляют собой совокупности приёмов перевода и переводческих операций, используемых переводчиком для достижения поставленной цели и применяемых на различных языковых уровнях, включая уровни текста и дискурса. Результатом применения таких приёмов и операций является вербальная реализация различных переводческих стратегий в виде устных и письменных текстов разнообразных типов и жанров. *Языковые* стратегии перевода в интегральной трактовке по своей сути схожи с рассмотренными выше текстовыми, локальными, процедурными стратегиями, микростратегиями и тактиками перевода. Следует отметить, что типология языковых стратегий является одной из наиболее разработанных в теории перевода, что, на наш взгляд, в первую очередь, связано с её конкретным характером, возможностью непосредственно наблюдать результаты применения языковых стратегий. Одними из первых типологию языковых (текстовых) стратегий представили канадские лингвисты Ж-П. Вине и Ж. Дарбельне [33], которые используют понятия лексических, синтаксических и текстовых приёмов перевода. В отечественной школе переводоведения проблеме языковых стратегий всегда уделялось и уделяется большое внимание. Серьёзный вклад в разработку теории переводческих приёмов и операций (трансформаций) внесли такие выдающиеся ученые, как Л. С. Бархударов [2], В. Н. Комиссаров [7], Я. И. Рецкер [10], А. Д. Швейцер [19], чьи труды до сих пор входят в золотой фонд переводоведения и используются в современных исследованиях. Наш анализ языковых стратегий в трактовке указанных авторов позволил нам в настоящей работе отнести к языковым стратегиям стратегии, выделенные на основании уровневой структуры языка: лексические, грамматические (морфологические и синтаксические), стилистические, текстовые / дискурсивные (структура/композиция целого текста).

Как указывалось выше, в интегральной лингвистике именно *коммуникативная* деятельность

представляет собой стержень, объединяющий все четыре сектора любого исследуемого языкового феномена, в том числе перевода и его стратегий, в единое целое, в котором все аспекты взаимообусловлены и не существуют друг без друга, а разделяются только в исследовательских целях. Поэтому *коммуникативные* стратегии перевода можно назвать ведущими, инициирующими собственно перевод как деятельность по порождению нового текста / дискурса. Очевидно, что коммуникативные стратегии перевода определяются его коммуникативной целью. В соответствии с принятым нами интегральным определением дискурса цель любого дискурса, в том числе переводного, и его стратегии — добиться такого управления деятельностью адресата, которое соответствует цели автора исходного текста и / или инициатора перевода или самого переводчика и выражается в перлокутивном эффекте.

В качестве собственно коммуникативных стратегий перевода мы выделяем коммуникативно-равноценные и коммуникативно-неравноценные стратегии. К коммуникативно-равноценным мы вслед за В. В. Сдобниковым относим стратегии перевода, предусматривающие «реализацию коммуникативной интенции автора оригинала в форме создания текста на переводящем языке, потенциально способного обеспечивать коммуникативное воздействие на получателя перевода в соответствии с ожиданиями автора оригинала» [11, с. 98]. Коммуникативно-неравноценные стратегии перевода включают стратегии, отличные от исходных коммуникативных стратегий автора исходного текста, стратегии, имеющие другую коммуникативную цель и, как результат, — другое воздействие на получателя перевода, такие как переадресация [11, с. 104–109]. Например, коммуникативная цель автора оригинала научного текста при переадресации его перевода широкой аудитории может измениться с научно-информационной на культурно-просветительскую, автора оригинала художественного текста для взрослых, переадресованного при переводе детям, — с эстетической на ознакомительно-информационную и т. д. Это еще раз свидетельствует об интегральном характере переводческих стратегий, который вызван динамической сущностью перевода.

Интегральный подход позволяет нам не только представить разные аспекты изучаемого языкового явления во всем их многообразии, но и выявить взаимозависимость и взаимообусловленность этих аспектов как свидетельство целостности объекта. Интегральная стратегия перевода представляет собой единство взаимозависимых и взаимообусловленных когнитивных, культурных, социальных, языковых и коммуникативных стратегий перевода, рассредоточенных по четырём секторам интегральной модели и пятой составляющей. Отслеживание корреляций стратегий перевода в рамках интегральной модели, так называемый симультрекинг их взаимозависимости и взаимообусловленности, является важнейшей задачей интегральных исследований в этой области. Ниже приводятся наши наблюдения и рассуждения по поводу корреляций переводческих стратегий каждого сектора.

Так, стратегии перевода в *когнитивном* секторе интегральной модели СП тесно связаны со стратегиями перевода в других секторах. Как указывалось выше, когнитивные стратегии перевода мы подразделяем на стратегии перевода декларативного и процедурного знания, или для краткости декларативные СП и процедурные СП.

Декларативные СП тесно связаны с языковыми, культурными, социальными и коммуникативными СП. Связь с *языковыми* СП проявляется в том, что выбор последних обусловлен декларативным знанием, представленным в тексте как фрагменте знания, его тематической структурой, которая, в свою очередь, обусловливает соответствующую языковую/лексическую структуру переводного текста в виде тезауруса и лексикона переводчика. Языковая структура переведённого текста является результатом применения переводчиком тех приёмов перевода, или языковых стратегий, которыми он владеет, а переводческие компетенции, как известно, зависят от социальных факторов, таких как образование, квалификация, фоновые знания, идиостиль и др. Разные переводчики в силу разных социальных характеристик могут использовать разные языковые СП.

Многие переводоведы связывают выбор *языковой* стратегии с языковым уровнем: лексическим, грамматическим, текстовым/дискурсивным и т. д. Декларативные стратегии перевода — это, главным образом, стратегии, связанные с лексическим уровнем языка, или лексические трансформации в интерпретации таких лингвистов, как В. Н. Комиссаров, Я. И. Рецкер и др. К ним в разных вариациях, как правило, относят конкретизацию, генерализацию, смысловое развитие (модуляцию), антонимический перевод, компенсацию и др. Кроме того, В. Н. Комиссаров относит к лексическим трансформациям транслитерацию, транскрипцию и калькирование. А. Д. Швейцер называет такие приемы трансформациями,

осуществляемыми на семантическом референциальном уровне [19]. Не вдаваясь в полемику по вопросу соотношения терминов «референциальность», «референция», «референтность», приведём определение референциальности, данное С. В. Власенко: «...референциальность понимается нами как отношение референции между определённым языковым выражением (речеязыковой единицей или группой единиц) и референтом, на которое указывает это языковое выражение» [3, с. 16]. По мнению С. В. Власенко, «основным в межъязыковом переводе является вопрос о том, в какой степени восприятие текста обеспечено наличием у переводчиков референтных знаний об актуализируемой в тексте (коммуникативном акте) информации в отношении событий реального или мыслимого (гипотетического) мира» [3, с. 23]. Автор приводит, в частности, пример «референционного краха» при переводе сочетания «детский сад» на английский язык как «playground», выполненном носителями языка из Великобритании. Причиной этого, по мнению С. В. Власенко, является разный объём понятия для русских и англичан, а именно: в сознании британцев социальный вес детсада как детского дошкольного учреждения не совпадает с его весом в сознании русских [3, с. 22]. Этот пример подводит нас к связи когнитивных декларативных и культурных стратегий перевода.

Общеизвестно, что любая культура имеет свой набор культурных ценностей, таких как отношение ко времени, пространству, деятельности, власти, общению, характеру аргументации, личной свободе и т. д. [5]. Когнитивные и соответственно языковые стратегии перевода так или иначе связаны с *культурными* стратегиями, такими как форенизация и доместикация. Например, в поисках семантической эквивалентности в приведённом выше примере декларативная СП потребует перевода словосочетания «детский сад» на английский язык с учётом социального и культурного компонентов значения, что может реализоваться такими языковыми стратегиями, как описательный перевод, комментарий, смысловое развитие и т. д. Таким образом, переводчик приблизит адресата к автору текста, то есть использует культурную стратегию форенизации. В случае же перевода данного словосочетания на английский язык привычным для англичан «playground», объём которого не соответствует объёму русского понятия «детский сад», переводчик применяет стратегию доместикации, «одомашнивания», что, с одной стороны, облегчает понимание, но, с другой, теряет часть социальных смыслов и свидетельствует о неэквивалентном переводе.

Связь декларативных СП с *социальными* проявляется и в том, что социальные стратегии могут быть направлены на разных адресатов. Так, стратегия исходной адресации, когда адресатом перевода является адресат, сходный по своим социальным параметрам с адресатом исходного текста, предполагает использование таких декларативных стратегий перевода, которые схожи с дискурсивными стратегиями автора оригинала, то есть стратегий, направленных на полный и точный, другими словами, эквивалентный перевод на семантическом уровне эквивалентности. Стратегия переадресации, в свою очередь, требует изменения в исходных декларативных, а вместе с ними и языковых стратегиях в соответствии с типом адресата. Так, переадресация на детскую аудиторию вызывает использование таких приемов, как адаптация к уровню знания того или иного возраста и т. д.

Наблюдается тесная взаимосвязь и взаимообусловленность декларативных и *коммуникативных* стратегий перевода. Так, стратегия коммуникативно-равноценного перевода призвана оказать такой же эффект на адресата перевода, как и на адресата оригинала, что предполагает стратегиию когнитивно-равноценного перевода. Для этого необходимо учитывать культурные характеристики адресата как представителя другой культуры, например, эмоциональность-неэмоциональность. Те когнитивные, культурные и языковые стратегии, которые подойдут для представителей одних лингвокультур, могут не подойти для представителей других лингвокультур и наоборот.

При коммуникативно-неравноценном переводе, когда эффект от перевода может быть противоположным или неполным, в ход идут когнитивно-неравноценные стратегии, например, терциарного перевода, культурные стратегии форенизации, социальные стратегии переадресации и соответствующие им языковые стратегии. Например, при переводе публицистического текста инаугурационной речи президента дружественной страны, несмотря на то, что текст такой речи не адресован гражданам страны перевода и такой перевод не является коммуникативно-равноценным, инициатор перевода может дать задание переводчику создать благоприятный образ оратора, что реализуется с помощью стратегий когнитивно-равноценного перевода, доместикации и соответствующих им языковых стратегий.

При переводе речи оратора недружественной страны, цель может заключаться в создании неблагоприятного образа, что реализуется с помощью стратегий когнитивно-неравноценного перевода, форенизации, переадресации и соответствующих им языковых стратегий.

Помимо когнитивных стратегий перевода декларативного знания, содержащегося в исходном тексте, мы выделяем когнитивные стратегии перевода *процедурного* знания. К таким стратегиям мы относим СП, связанные с типом мышления и макроструктурой текста/дискурса/жанра. Как указывалось выше, каждой культуре присущ свой тип мышления, который схематически можно представить как прямой логический; ассоциативный зигзагообразный; в виде сужающейся спирали; в виде лестницы и т. д. [27]. Очевидно, что при переводе на другой язык, для культуры которого характерен тип мышления, отличный от типа мышления культуры исходного языка, необходимо это учитывать. Иначе могут происходить когнитивные сбои, как это часто случалось ранее, в доглобализационный период, при переводе научных текстов на английский язык.

Такие переводы были непривычны и непонятны носителям языка и встречали отказы в приёме к публикации в зарубежных издательствах. Дело было не только и не столько в неудачном использовании языковых переводческих стратегий, сколько в буквальном переводе хода мыслей (типа мышления) автора оригинала, который был непривычен для принимающей аудитории. В период глобализации такие когнитивные неудачи сведены к минимуму, поскольку и в российских, и в зарубежных издательствах принята единая макроструктура научной статьи в виде IMRD (Введение-Методы-Результаты-Выводы), следующая логике научного познания «проблема-решение». Такая структура отражает не только логику научного мышления, а вместе с ней и когнитивно-равноценную стратегию перевода процедурного знания, но и связанную с ней стратегию форенизации, которая всё ещё ощущается носителями русского языка, хотя её влияние близится к нейтральному.

Если говорить о других стилях и типах текста, то нельзя обойти вниманием стиль художественной литературы. Очевидно, что цель инициатора перевода художественной литературы должна совпадать с целью автора: оказать эстетическое воздействие на читателя. В данном случае использование когнитивно-равноценной стратегии перевода процедурного знания может быть успешным для родственных языков, которые имеют сходный тип мышления, и менее успешным для языков, представляющих разные языковые семьи, например, русского и арабского, английского и китайского и т.д. Арабский/семитский тип мышления связан с многочисленными повторами, сопровождающимися постепенным приращением информации, что может показаться непривычным для русского читателя и соответственно требует от переводчика перехода на другую, привычную для адресата когнитивную структуру. Что касается английского и китайского языков, то, как показали проведенные исследования [25], эссе, написанные на английском языке китайскими студентами, оценивались англоязычными преподавателями как непонятные, бессвязные, основным недостатком отмечалась неструктурированность текстов, китайские же преподаватели, владеющие английским языком, те же эссе оценивали как логичные, понятные, четко структурированные. Исследование, выполненное Г. В. Елизаровой на материале русского и английского языков, также подтвердило положение о связи языковых, когнитивных и культурных факторов [5]. На основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что использование когнитивных процедурных стратегий исходного текста в переводе обусловлено стратегией форенизации, а переход на процедурные стратегии переводящего языка свидетельствует о доместикации.

Процедурные стратегии тесно связаны с *языковыми* стратегиями, последние реализуются на морфологическом, синтаксическом, текстовом/дискурсивном уровнях. Процедурное знание на грамматическом уровне обусловлено правилами построения словосочетаний, предложений, текстов. Знание этих правил обусловливает использование таких трансформаций, как грамматические замены, членение и объединение предложений, синтаксическое уподобление. Синтаксическое уподобление, в результате которого синтаксическая структура исходного текста преобразуется в аналогичную структуру текста перевода, обосновано в случаях совпадения правил построения таких структур в обоих языках.

В случае же несовпадения такая стратегия может привести к буквальному переводу и стратегии форенизации. Грамматические замены являются наиболее часто используемой языковой стратегией в паре языков английский-русский, что обусловлено флективным синтетическим

строем русского языка в противоположность изолирующему аналитическому английскому. Гибридные лексико-грамматические трансформации, такие как антонимический перевод, экспликация и компенсация, также используются в качестве стратегий перевода процедурного знания. Антонимический перевод в некоторых случаях может придать переводу оттенок вежливости, что обусловлено социальными стратегиями, экспликация тесно связана не только с когнитивными, но и культурными стратегиями, свидетельствуя о форенизации перевода; компенсация, в свою очередь, указывает на когнитивно-равноценную стратегию, которая сохраняет семантическую эквивалентность перевода. Таким образом, как декларативные, так и процедурные когнитивные СП связаны с другими стратегиями интегральной модели и обусловлены ими.

Как указывалось выше, *коммуникативные СП* являются архиважными в изучении и применении СП, поскольку именно они инициируют собственно перевод, активируют и объединяют все составные части интегральной СП в единое целое. Стратегия коммуникативно-равноценного перевода реализуются в целом ряде коммуникативных ситуаций, типология которых подробно представлена в [11]. Достижение исходного коммуникативного эффекта при коммуникативно-равноценном переводе возможно, если использовать социальную стратегию исходной адресации, когнитивно-равноценные СП декларативного и процедурного знания, реализующиеся с помощью культурной стратегии доместикации и соответствующих языковых стратегий (лексических, грамматических, текстовых и др.). Нарушение такого взаимодействия может привести к срыву стратегии коммуникативно-равноценного перевода.

Коммуникативно-неравноценный перевод, в основе которого лежит смена коммуникативной цели исходного текста, например, реферативный, научно-популярный, публицистический, как правило, связан с использованием социальной стратегии переадресации, стратегий когнитивно-равноценного перевода декларативного и процедурного знания или его части или когнитивно-неравноценного перевода в плане субъективной реструктуризации исходного текста переводчиком (при реферативном, научно-популярном переводе), культурной стратегии доместикации, соответствующих языковых стратегий.

В качестве примера приведём некоторые результаты предварительного анализа официального перевода публицистического текста инаугурационной речи президента США Дж. Байдена с английского языка на русский. Проведённый анализ показал, что стратегия коммуникативно-неравноценного перевода связана с заменой коммуникативной стратегии исходного текста. Исходная коммуникативная цель инаугурационной речи заключается в воздействии на эмоции адресата и побуждении его к действию через эмоциональную составляющую, эта стратегия реализуется в интегративной, инспиративной, декларативной и перформативной функциях [20]. В переводе эта цель была заменена на информативную, поскольку адресатом перевода является русскоязычная аудитория, для которой утверждение единства США, воспевание американских ценностей и воодушевление американцев на великие дела носят скорее информативный, чем эмоционально-побудительный характер. Смена коммуникативной стратегии текста перевода обусловлена в данном случае социальной стратегией переадресации.

Переадресация, вызванная социально-политическими факторами, в свою очередь, приводит к необходимости в некоторых изменениях культурных стратегий. Если для исходного текста характерна доместикация, то, как показал наш анализ, для проанализированного официального перевода типичным является полифония доместикации и форенизации, что проявляется в выборе соответствующих языковых стратегий: для доместикации характерными являются приемы конкретизации, генерализации, модуляции, грамматических замен, для форенизации — транскрипция и транслитерация, членение и объединение предложений, экспликация, дословный перевод. Отмечались случаи опущения предложений, очевидно, переводчик счел какую-то информацию несущественной. В целом же, в переводе использовалась стратегия когнитивно-равноценного перевода, что обусловлено его информативной целью.

Социальные стратегии перевода обусловлены фактором адресата, его социальными характеристиками, такими как возраст, пол, образование, социальный статус, профессиональная и политическая принадлежность, религия и т. д., которые должны учитываться при переводе. Кроме того, большую роль при определении социальной стратегии перевода играют ролевая ситуация общения (официальный-неофициальный), функциональный стиль как разновидность языка, обусловленная видом деятельности и сферой

общения, жанр как тип текстов, отражающих сходные социальные действия и т. д. Стратегия исходной адресации тесно связана с коммуникативными СП, которые в зависимости от целей перевода могут реализоваться как коммуникативно-равноценные или коммуникативно-неравноценные. Коммуникативные стратегии, как указывалось выше, тесно связаны с когнитивными, языковыми и культурными СП. Стратегия переадресации вызывает соответствующие изменения в коммуникативных стратегиях, которые в силу смены адресата приобретают коммуникативно-неравноценный характер. То же происходит и с когнитивными стратегиями, которые при переадресации в зависимости от цели, то есть коммуникативной стратегии могут реализоваться в виде когнитивно-равноценных или неравноценных. Когнитивные стратегии зависят также от культурных стратегий доместикации и форенизации, которые тесно связаны с коммуникативными стратегиями. И, наконец, взаимосвязь и взаимообусловленность социальных и языковых стратегий проявляется в выборе языковых стратегий, соответствующих функциональному стилю и жанру ПТ.

Взаимосвязь и взаимообусловленность *культурных* стратегий перевода и стратегий когнитивных, социальных, коммуникативных и языковых была продемонстрирована выше. Тем не менее, позволим себе привести еще один пример анализа стратегий перевода, но уже с русского языка на английский, который представляет собой перевод статей вебсайта «Челябинск в жизни и творчестве замечательных людей» [18]. Коммуникативной стратегией перевода словарной статьи данного сайта является коммуникативно-равноценный перевод, цель которого — заинтересовать и привлечь иноязычных адресатов в Челябинск в качестве интеллектуальных туристов, что соответствует исходной цели для русскоязычной аудитории. Такая стратегия вызывает необходимость стратегии когнитивно-равноценного перевода как декларативного, так и процедурного знания. Наши наблюдения показали, что когнитивно-равноценная СП, в целом, соблюдалась. Следует отметить, тем не менее, что в ряде случаев переводчики добавляли собственную, на их взгляд, интересную информацию, что несколько усиливало коммуникативную стратегию, в некоторых же случаях переводчики сокращали перевод ИТ, что вносило субъективный фактор в когнитивную стратегию и переводило ее в разряд когнитивно-неравноценных. Ориентация на иноязычного адресата привела к изменениям в *культурных* стратегиях: от доместикации к полифонии доместикации и форенизации. Если использование стратегии доместикации и соответствующих ей языковых стратегий вполне оправдано и обусловлено коммуникативными, когнитивными и социальными стратегиями, ориентированными на иноязычного адресата, то использование стратегии форенизации и соответствующих ей языковых стратегий вызвано, кроме прочего, типом и жанром дискурса, а именно: тип дискурса — туристический, жанр — статьи энциклопедического мультимедийного словаря, которые содержат большое количество реалий, антропонимов, топонимов, артионимов и т. д., неизвестных адресату и требующих соответствующих языковых стратегий транслитерации, транскрипции, калькирования, описательного перевода и др.

Выше мы показали взаимосвязь и взаимообусловленность стратегий перевода в рамках интегральной модели. Для понимания интегрального подхода к стратегиям перевода важно признать, что стратегии перевода не существуют как отдельный феномен. Мы не можем сказать, что стратегия перевода — это только коммуникативная стратегия или культурная стратегия, социальная, когнитивная или языковая стратегия, на самом деле стратегия перевода рассредоточена по четырем секторам и пятой составляющей — это и коммуникативная, и культурная, и когнитивная, и социальная, и языковая стратегии, которые в их взаимозависимости и взаимообусловленности составляют целое — интегральную стратегию перевода. Поскольку, как нам видится, изучение интегральной стратегии перевода во всем многообразии составляющих её стратегий — процесс весьма трудоемкий и длительный, требующий участия не одного, а целой группы учёных, представляется возможным в исследовательских целях разделить интегральную СП на составляющие, но обязательно с последующим анализом полученных результатов в рамках целого — интегральной СП.

Заключение

Интегральный подход к анализу стратегий перевода позволяет рассматривать это сложное явление как интегральный феномен, рассредоточенный по четырем секторам: когнитивному, языковому, социальному и культурному, который активируется с помощью механизма коммуникативной деятельности в единстве

и взаимообусловленности составляющих его единиц с целью управления деятельностью адресата. С учётом интегральной природы общей переводческой стратегии мы в самом общем виде выделяем когнитивные, культурные, социальные, языковые и коммуникативные стратегии перевода. В свою очередь, каждая из этих стратегий представляет собой сложное единство частных стратегий, которые взаимосвязаны и взаимообусловлены общими и частными целями перевода и условиями коммуникации. Не претендуя на исчерпывающий характер интегральной концепции переводческих стратегий, мы считаем, что интегральный подход является одним из возможных подходов, который позволяет дать системное представление о стратегиях перевода и теоретически обосновать их сущность и место в процессе переводческой деятельности. Дальнейшее изучение интегральной природы стратегий перевода во всех ее проявлениях и корреляциях на материале текстов различных стилей и жанров может стать предметом серьёзных исследований.

Список источников

1. Алексеева И. С. Введение в переводоведение: учебное пособие для студентов филологических и лингвистических факультетов высших учебных заведений. 4 изд., стер. М. : Academia; Санкт-Петербург: Фак. Филологии и искусств СпбГУ, 2010. 354 с.
2. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). М. : «Международные отношения», 1975. 240 с.
3. Власенко С. В. Референция и референциальность в межъязыковом переводе // Вестник Московского университета. Сер.22. Теория перевода. 2010. № 4. С. 3–28.
4. Волкова Т. А. Дискурсивно-коммуникативная модель как система детерминант стратегии перевода: автореф. дисс ... доктора филол. наук. Мытищи, 2022. 35 с.
5. Елизарова Г. В. Культура и обучение иностранным языкам. СПб: Изд-во «Союз», 2001. 291 с.
6. Интегральная лингвистика: монография / под ред. Т. Н. Хомутовой. Челябинск : Издательский центр ЮУрГУ, 2023. 267 с.
7. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. М. : Высшая школа, 1990. 253 с.
8. Минченков А. Г. Когнитивно-эвристическая модель перевода (на материале английского языка): автореф. дисс ... доктора филол. наук. СПб, 2008. 43 с.
9. Ремхе И. Н. Моделирование перевода с позиции когнитивно-деятельностного переводоведения // Филологические науки. 2022. Т. 15. Вып. 5. С. 1658–1662.
10. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика. М.: Издательство «Международные отношения», 1974. 216 с.
11. Сдобников В. В. Теория перевода (коммуникативно-функциональный подход): учебник для студентов лингвистических вузов и факультетов иностранных языков / В. В. Сдобников, К. Е. Калинин, О. В. Петрова. 2-е изд., перераб. М.: Издательство ВКН, 2019. 512 с.
12. Федоров А. В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы). 4-е изд., перераб. и доп. Москва: Высшая школа, 1983. 303 с.
13. Федюченко Л. Г. Терминологическая база данных как трансферная модель технического знания: дисс… доктора филол. наук. Тюмень, 2021. 407 с.
14. Хайруллин В. И. Лингвокультурологические и когнитивные аспекты перевода: автореф. дисс ... доктора филол. наук. М, 1995. 46 с.
15. Хомутова Т. Н. Жанр как объект лингвистического исследования // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». 2004. Вып. 1. № 7 (36). С. 26–29.
16. Хомутова Т. Н. Научный текст: интегральный подход. Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. 333 с.
17. Хомутова Т. Н. Стратегии научного дискурса: интегральный подход // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия «Лингвистика». 2015. Том 12. № 3. С. 15–22.
18. Челябинск в жизни и творчестве замечательных людей. Мультимедийный энциклопедический словарь культурного наследия. URL: https://dict.susu.ru.
19. Швейцер А. Д. Теория перевода: статус, проблемы, аспекты. М.: Наука, 1988. 214 с.
20. Шейгал Е. И. Инаугурационное обращение как жанр политического дискурса // Жанры речи. 2002. № 3. С. 205–214.

21. Шелестюк Е. В. О форенизации и доместикации в переводе и возможностях их лингвистической оценки / Е. В. Шелестюк, Э. Д. Гриценко // Вестник Челябинского государственного университета. 2016. № 4 (386). Филологические науки. Вып. 100. С. 202–207.

22. Шлейермахер Ф. О разных методах перевода: лекц. ... филос.: 24.06.1813. 1813. 21 с. http://www.philol.msu.ru/~discours/images/stories/Schleiermacher.doc.

23. Ян Линьлинь. Исследование перевода в лингвокогнитивном аспекте // Политическая лингвистика. 2023. № 6 (102). С.222–230.

24. Catford J. C. A Linguistic Theory of Translation: An Essay in Applied Linguistics. London: Oxford University Press, 1965. 103 p.

25. Gonzalez V. Cultural Thinking and Discourse Organizational Patterns Influencing Writing Skills in a Chinese English-as-a-Foreign-Language (EFL) Learner / V. Gonzalez, C. Chen, C. Sanchez // Bilingual Research Journal. 2001. Vol. 25. Iss. 4 Fall. P. 417–441.

26. Gutt E.A. Translation and Relevance: Cognition and Context. Routledge, 2000. 279 p.

27. Kaplan R.B. Cultural thought patterns in inter-cultural education // Language learning, 1966. Vol.16. P. 1–20.

28. Nida E. A. Toward a Science of Translating. Leiden: E.J. Brill, 1964. 331 p.

29. Reib K. Towards a General Theory of Translational Action. Scopos Theory Explained / K. Reib & H. Vermeer. Translated from German by C. Nord. Manchester: St. Jerome Publishing, 2013. 221 p.

30. Routledge Encyclopedia of Translation Studies/ ed. by M. Baker, G. Saldanha. Second edition, 2009. 674 p.

31. Schiffrin D. Approaches to Discourse. Cambridge, MA: Blackwell Publishers Inc., 1994. 470 p.

32. Venuti L. The translator's invisibility: A history of translation. London, England: Routledge, 1995. 353 p.

33. Vinay J.P. Comparative Stylistics of French and English. A methodology for translation / J.P. Vinay, J. Darbelnet. Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins Publishing Co., 1995. 359 p.

References

1. Alekseeva IS. Vvedenie v perevodovedenie = Introduction to translation studies. Moscow: Academia; Saint-Petersburg: SpbGU, 2010. 354 p. (In Russ.).

2. Barkhudarov LS. Jazyk i perevod (Voprosy obshhej i chastnoj teorii perevoda) = Language and translation (Questions of general and special theory of translation). Moscow: Mezhdunarodnye otnoshenija, 1975. 240 p. (In Russ.).

3. Vlasenko SV. Reference and referentiality in interlanguage translation. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Series 22: Teorija Perevoda = Lomonosov Translation Studies Journal.* 2010;17(4):3-28. (In Russ.).

4. Volkova TA. Discursive-communicative model as a system of translation strategy determinants: Abstract of dis… Doc. Sci. (Philology). Mytishhi, 2022. 35 p. (in Russ.).

5. Elizarova GV. Kul'tura i obuchenie inostrannym jazykam = Culture and Teaching Foreign Languages. Saint-Petersburg: Sojuz, 2001. 291 p. (In Russ.).

6. Khomutova TN, ed. Integral'naja lingvistika = Integral linguistics. Cheljabinsk: SUSU Publishing Center, 2023. 267 p. (In Russ.).

7. Komissarov VN. Teorija perevoda (lingvisticheskie aspekty) = Theory of translation (linguistic aspects). Moscow: Vysshaja shkola, 1990. 253 s. (In Russ.).

8. Minchenkov AG. Cognitive-heuristic model of translation (based on the English language): Abstract of Dis… Doc. Sci. (Philology). Saint-Petersburg, 2008. 43 p. (In Russ.).

9. Remhe IN. Translation modelling from the standpont of cognitive-activity translation studies. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki = Philology. Theory and Practice.* 2022;15(5):1658-1662. (In Russ.).

10. Recker JaI. Teorija perevoda i perevodcheskaja praktika = Translation theory and translation practice. Moscow: Mezhdunarodnye otnoshenija, 1974. 216 p. (In Russ.).

11. Sdobnikov VV, Kalinin KE, Petrova OV. Teorija perevoda (kommunikativno-funkcional'nyj podhod) = Translation Theory (communicative-functional approach). Moscow: VKN, 2019. 512 p. (In Russ.).

12. Fedorov AV. Osnovy obshhej teorii perevoda (lingvisticheskie problemy) = Fundamentals of general theory of translation (linguistic problems). Moscow: Vysshaja shkola, 1983. 303 p. (In Russ.).

13. Fediuchenko LG. Terminology database as a model of technical knowledge transfer: Dis… Doc. Sci. (Philology). Tyumen, 2021. 407 p. (In Russ.).

14. Hairullin VI. Lingvocultural and cognitive aspects of translation: Abstract of Dis… Doc. Sci. (Philology). Moscow, 1995. 46 p. (In Russ.).

15. Khomutova TN. Genre as an object of linguistic analysis. *Bulletin of the South Ural State University. Series: Linguistics.* 2004;1;(7/36):26-29. (In Russ.).

16. Khomutova TN. Nauchnyj tekst: integral'nyj podhod = Research text: an integral approach. Chelyabinsk: SUSU Publishing Center, 2010. 333 p. (In Russ.).

17. Khomutova TN. Strategies of research discourse: an integral approach. *Bulletin of the South Ural State University. Series: Linguistics.* 2015;12(3):15-22. (In Russ.).

18. Cheljabinsk v zhizni i tvorchestve zamechatel'nyh ljudej. Mul'timedijnyj jenciklopedicheskij slovar' kul'turnogo nasledija = Chelyabinsk in the life and works of famous people. A multimedia encyclopedic dictionary of cultural heritage. Available from: https://dict.susu.ru (accessed: 10.10.2024).

19. Shveitser AD. Teorija perevoda: status, problemy, aspekty = Translation theory: status, problems, aspects. Moscow: Nauka, 1988. 214 p. (In Russ.).

20. Sheigal EI. Inaugural address as a genre of political discourse. *Zhanry rechi = Speech Genres.* 2002;3:205-214. (In Russ.).

21. Shelestyuk EV, Gritsenko JeD. Foreignization/Domestication in translation and their linguistic evaluation. *Bulletin of Chelyabinsk State University. Philology Sciences.* 2016;4(386):202-207. (In Russ.).

22. Schleiermacher F. O raznyh metodah perevoda: lekc. … filos.: 24.06.1813. 1813 = On different translation methods: Lecture...Philos: 24.06.1813. 1813. 21 p. Available from: http://www.philol.msu.ru/~discours/images/stories/Schleiermacher.doc (accessed: 12.10.2024). (In Russ.).

23. Yang L. Studying translation from a linguocognitive perspective. *Political Linguistics.* 2023;6(102):222-230. (In Russ.).

24. Catford JC. A linguistic theory of translation: an essay in applied linguistics. London: Oxford University Press, 1965. 103 p.

25. Gonzalez V, Chen C, Sanchez C. Cultural thinking and discourse organizational patterns influencing writing skills in a Chinese English-as-a-Foreign-Language (EFL) learner. *Bilingual Research Journal.* 2001;25(4 Fall):417-441.

26. Gutt EA. Translation and relevance: cognition and context. Routledge, 2000. 279 p.

27. Kaplan RB. Cultural thought patterns in inter-cultural education. Language Learning. 1966;16:1-20.

28. Nida EA. Toward a science of translating. Leiden: E.J. Brill, 1964. 331 p.

29. Reiß K, Vermeer H. Towards a general theory of translational action. Scopos theory explained. Manchester: St. Jerome Publishing, 2013. 221 p.

30. Baker M, Saldanha G, eds. Routledge encyclopedia of translation studies. Routledge, 2009. 674 p.

31. Schiffrin D. Approaches to discourse. Cambridge, MA: Blackwell Publishers Inc., 1994. 470 p.

32. Venuti L. The translator's invisibility: A history of translation. London, England: Routledge, 1995. 353 p.

33. Vinay JP, Darbelnet J. Comparative stylistics of French and English. A methodology for translation. Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins Publishing Co., 1995. 359 p.

Информация об авторе

Т. Н. Хомутова — доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры лингвистики и перевода.

Information about the author

T. N. Khomutova — Doctor of Philology Sciences, Professor, Professor of the Department of Linguistics and Translation Studies

Статья поступила в редакцию 05.09.2024; одобрена после рецензирования 18.09.2024; принята к публикации 24.09.2024.

The article was submitted 05.09.2024; approved after reviewing 18.09.2024; accepted for publication 24.09.2024.

Автор заявляет об отсутствии конфликтов интересов.

The author declares no conflicts of interests.

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 213–219.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):213-219.

Научная статья

УДК 347.78.034

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-213-219

КОММУНИКАТИВНАЯ РАВНОЗНАЧНОСТЬ ОРИГИНАЛА И ПЕРЕВОДА ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА: АСПЕКТ ПЕРЕДАЧИ НА НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК ВЫСКАЗЫВАНИЙ С ЛОГИЧЕСКИМИ ЧАСТИЦАМИ

Наталья Юрьевна Хорецкая

Ивановский государственный университет, Иваново, Россия, nataliasch@mail.ru, 0009-0004-1373-2267

Аннотация. Статья посвящена вопросу степени адекватности перевода на немецкий язык современной русской художественной литературы, а именно проблеме передачи коммуникативной структуры высказываний. Для сохранения целостности произведения оригинала в варианте переводящего языка необходимо верно воспроизвести коммуникативный центр (смысловой центр, рему) высказывания. Для достижения этой цели важно учитывать языковые средства, являющиеся маркерами ключевой информации (информационного центра) текста. Одним из таких средств являются логические частицы, которые всегда сопровождают компоненты предложения, функционирующие в качестве ремы, и которые относятся к универсальному для всех языков способу выделения ремы высказывания. При этом лексический блок с логической частицей может занимать любую позицию в высказывании, что всегда нужно принимать во внимание при переводе. Логическим частицам как классу слов в науке о языке и в переводоведении на сегодняшний день посвящено недостаточное количество исследований, что может являться причиной их частого игнорирования при переводе. В данной статье на примере перевода на немецкий язык романа Е. Водолазкина «Лавр» анализируются высказывания с логическими частицами как важными маркерами коммуникативного центра высказывания. Сопоставление оригинала и перевода анализируемого произведения позволило систематизировать случаи передачи на немецкий язык русских высказываний с логическими частицами. Проведённый анализ показал, что в большинстве переведённых на немецкий язык предложений коммуникативная нагрузка сохраняется благодаря верной передаче логической частицы и маркируемой ей ремой. При этом иногда логическая частица может опускаться в переводе, но рема высказывания сохраняется за счёт других лексических и синтаксических средств, что в целом не нарушает коммуникативную структуру оригинала. Однако нередко встречаются случаи, когда логическая частица в переводе выделяет другой информационный блок или совсем опускается, что ведёт к нарушению коммуникативной структуры высказывания, а, следовательно, искажению смысла излагаемых автором событий.

Ключевые слова: адекватный перевод, коммуникативная структура, логические частицы, маркеры ремы высказывания

Для цитирования: Хорецкая Н. Ю. Коммуникативная равнозначность оригинала и перевода художественного текста: аспект передачи на немецкий язык высказываний с логическими частицами // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 213–219. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-213-219.

Original article

THE COMMUNICATIVE EQUIVALENCE OF THE ORIGINAL AND THE TRANSLATION OF A LITERARY TEXT: THE ASPECT OF TRANSMISSION STATEMENTS WITH LOGICAL PARTICLES INTO GERMAN

Natalia Yu. Khoretskaya

Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, nataliasch@mail.ru, 0009-0004-1373-2267

Abstract. The article is devoted to the problem of the degree of adequacy in the translation of modern Russian fiction into German, namely, the problem of transmitting the communicative structure of statements. In order to

© Хорецкая Н. Ю., 2024

preserve the integrity of the original work in the version of the target language, it is necessary to correctly reproduce the communicative center (semantic center, rhyme) of the statement. To achieve this goal, it is important to take into account the language tools that serve as markers of the text's key information (information center). One of these tools is logical particles, which always accompany the sentence components that function as a rheme, and which belong to the universal way of highlighting the rheme of a statement for all languages. At the same time, a lexical block with a logical particle can occupy any position in a statement, which should always be taken into account when translating. To date, insufficient research has been devoted to logical particles as a class of words in the science of language and in translation studies, which may be the reason for their frequent neglect in translation. In this article, using the example of the translation into German of E. Vodolazkin's novel "Laurel", statements with logical particles are analyzed as important markers of the communicative center of the statement. The comparison of the original and the translation of the analyzed work made it possible to systematize the cases of interpretation of Russian statements with logical particles into German. The analysis showed that in most of the sentences translated into German, the communicative load is preserved due to the correct transmission of the logical particle and the rheme marked by it. In addition, sometimes the logical particle may be omitted in translation, but the rheme of the statement is preserved at the expense of other lexical and syntactic means, which generally does not violate the communicative structure of the original. However, there are often cases when a logical particle in translation highlights another information block or is completely omitted, which leads to a violation of the communicative structure of the statement, and, consequently, a distortion of the meaning of the events described by the author.

Keywords: adequate translation, communicative structure, logical particles, markers of the statement's rheme

For citation: Khoretskaya NYu. The communicative equivalence of the original and the translation of a literary text: the aspect of transmission statements with logical particles into German. *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;(8(490):213-219. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-213-219.

Постановка проблемы

Как известно, основная задача перевода заключается в максимально точной передаче оригинала произведения. В контексте современных подходов к проблемам перевода исследователи-переводчики подчёркивают необходимость комплексного изучения всех факторов, которые оказывают влияние на переводческий процесс. Иными словами, перед началом самого перевода необходимо «отойти в сторону и поразмышлять» [5, с. 151]. Воссоздание смысла на переводящем языке, таким образом, представляет собой сложный мыслительный процесс, результат которого не является передачей суммы значений отдельно взятых языковых единиц текста. Верное понимание смысловой целостности текста оригинала и передача этой целостности на язык перевода должны являться главной целью переводчика.

Для достижения этой цели необходимо принимать во внимание формальные и смысловые связи между высказываниями. Такую формальную связность текста (когезию) обеспечивают различные языковые средства — союзы, слова-заменители, логические частицы, повторы и другие эксплицитные коннекторы. В лингвистике этот вид связи часто называют также формально-грамматической связностью текста [6, с. 195]. Смысловые же связи между высказываниями (когерентность) охватывают «семантико-прагматические (тематические и функциональные в том числе) аспекты смысловой и деятельностной (интерактивной) связности дискурса, как локальной, так и глобальной» [6, с. 195]. Когерентность, таким образом, отражает логичность и последовательность излагаемой информации. Именно средства когезии и когерентности обеспечивают создание связного и понятного текста, который реализует конкретный коммуникативный замысел и который необходимо учитывать в переводческом процессе [2].

Однако во время мыслительного предпереводческого анализа необходимо помнить ещё об одной сложности, а именно о логическом и смысловом центре высказывания, о его связи с предыдущей информацией, о его цели, обычности или необычности сочетания этих элементов и т. д. [11, с. 4]. Поскольку любое высказывание имеет определённое коммуникативное задание, в состав которого входят как постоянные, так и переменные составляющие излагаемой информации, то данное высказывание рассматривается в науке о языке как минимальная коммуникативная единица. Именно этот факт позволяет рассматривать любой текст с позиции его коммуникативной структуры. В разные периоды изучения вопроса о коммуникативном структурировании содержания использовались разные термины для обозначения этого явления — «актуальное членение», «информационная структура», «функциональная перспектива предложения», «коммуникативная нагрузка членов предложения» и т. п. [11, с. 7]. Несмотря на то, что в современном языкознании проблеме коммуникативной структуры

посвящено достаточное количество научных исследований и работ, остаются открытыми многие вопросы в этой области. Очевидным является одно — передача этого аспекта в переводе имеет большое значение.

Коммуникативная структура характеризуется в терминах «тема» (данное) и «рема» (новое) [7, с. 240]. При этом рема здесь имеет ключевую значимость, поскольку благодаря этому компоненту достигается коммуникативный эффект. Нарушение в переводе коммуникативной структуры, и именно неверное определение ремы, ведет к искажению смысла высказывания. В этой связи для переводчика важно знать, какими способами маркируется рема в тексте. Традиционно считается, что тема-рематическое членение проявляется в порядке слов, где рема тяготеет к концу предложения. Однако порядок слов — не самый надежный критерий для определения коммуникативной структуры [3, с. 10]. Акцентирование ремы может осуществляться также с помощью просодических средств, неопределённого артикля (если такая категория присутствует в языке), другими лексическими маркерами (частицы, наречия в роли интенсификаторов, отрицания, количественные числительные и др.). К сожалению, на данный момент в вопросе о соотношении тема-рематической структуры высказываний иностранного и русского языков, а также о способах маркирования ремы при переводе остаются открытыми многие моменты [10, с. 233].

Таким образом, в отличие от формально-грамматической структуры, функционирующей по грамматическим правилам, выстраивание коммуникативной структуры опирается на законы мышления и выражается определёнными языковыми средствами. [11, с. 7]. Здесь подтверждается мысль Л. С. Выготского о том, что «мысль не выражается в слове, но совершается в слове» [1, с. 306].

Поскольку языки располагают различным количеством языковых средств для оформления коммуникативной структуры, то и при переводе речевая структура иногда подвергается перестройке.

Логические частицы как маркеры ремы. Материал исследования

Итак, языковые средства выражения информационной (смысловой) структуры служат для оформления коммуникативного задания, устанавливая определённые семантические связи между смысловыми группами, выраженными различными членами предложений, а иногда и несколькими предложениями. Одним из таких языковых средств являются логические частицы. К сожалению, вопрос о частицах, обеспечивающих смысловые связи в тексте, практически не затрагивается в науке о переводе, хотя сами представители этой группы слов активно обсуждаются учёными.

История изучения вопроса частиц насчитывает уже более 60 лет. Долгое время с этим классом слов, по утверждению О. И. Москальской, обходились достаточно произвольно, считая их остатками словарного запаса (Restbestand des Wortschatzes) [14, s. 45]. Но к концу XX в. эта категория неизменяемых слов попадает в центр внимания многих учёных, о чем свидетельствует ряд фундаментальных теоретических работ и специальных исследований, посвящённых этой группе слов [4; 9; 8; 15; 12; 13]. На протяжении десятилетий частицы подвергались множеству классификаций, в рамках которых эта «маленькая» группа слов рассматривалась с разных сторон. Но все классификации объединяет общее деление частиц на логические и модальные.

Предлагаемое исследование посвящено логическим частицам русского и немецкого языков, а также особенностям функционирования и перевода высказываний с данными словами в текстах оригинала и перевода.

Принято считать, что русский и немецкий языки изобилуют логическими частицами. К таким частицам относятся, например, слова *даже, ещё, уже, только, тоже, также* (ср. немецкие — *sogar, selbst, nicht einmal, schon, noch, nur, auch*). Семантика логических частиц вытекает из их функции в высказывании — сообщение некой дополнительной информации, которая либо выражена в предыдущем контексте, либо опирается на наше сознание, домысливается [8, с. 80]. Известный отечественный исследователь в области частиц Н. А. Торопова разбивает эту общую функцию логических частиц на две составляющие: 1) выделение логического предиката (ремы) высказывания; 2) указание на соотнесенность ядра (слово, которое частица сопровождает) с неким коррелятом / противочленом (смежным понятием) [9, с. 21].

В качестве демонстрации этого положения рассмотрим пример:

***Даже** дети поняли это правило.*

Логическая частица «даже» акцентирует внимание на самом важном в смысловом плане объекте («дети»), что является ядром частицы

и одновременно ремой, а также соотносит «детей» с некоторыми однородными понятиями (например, с группой взрослых людей, усвоивших правило), которые могут быть названы в предтексте или выражены имплицитно, но представление об их существование в таком случае актуализировано частицей. При утрате в предложении частицы смысл высказывания поменяется. Ср.: *Дети поняли это правило.*

Подобные примеры присутствуют и в немецком языке: *Der Mann sang, er tanzte* ***sogar****.*

Частица *sogar* («даже») выделяет рему *tanzte* («танцевал») и соотносит это ядро с эксплицитно представленным коррелятом *sang* («пел»), указывая на неожиданность / необычность данного факта, то есть сообщает некую дополнительную информацию. Если изъять частицу из предложения, то эффект неожиданности пропадёт и предложение станет более нейтральным.

Насколько эти особенности логических частиц учитываются при переводе современного художественного текста, где мельчайшие компоненты смысла могут играть значимую роль, рассмотрим на примере перевода на немецкий язык романа Е. Водолазкина «Лавр».

Роман вышел в свет в 2012 г. и сразу вызвал к себе пристальное внимание, как со стороны критиков, так и со стороны читателей. О новом «метаисторическом» произведении много писали и продолжают писать до сих пор, а автор этого яркого литературного события стал лауреатом премии «Большая книга». Роман Е. Водолазкина «Лавр» был переведен на 30 языков мира, чем была вызвана особая популярность этой книги. На немецком языке роман был опубликован в 2016 г., благодаря замечательной переводчице О. Радецкой. Следует отметить успешность и адекватность перевода данного произведения на немецкий язык, что подтверждается прежде всего вызванным интересом к нему со стороны немецких читателей.

Результаты исследования и их обсуждение

Как уже было упомянуто выше, одним из залогов адекватности перевода является верная передача ремы. Именно благодаря этому носитель иноязычной культуры получает исчерпывающую информацию, переданную в оригинале произведения. Именно в контексте передачи на немецкий язык ремы высказываний с логическими частицами был подвергнут анализу перевод романа Е. Водолазкина.

Сравнение оригинала и перевода позволило прийти к ряду выводов. В немецких переводах высказываний с логическими частицами можно отметить пять основных случаев:

a) перевод частицы с сохранением ремы;

b) перевод частицы с нарушением ремы;

c) опущение частицы в переводе с сохранением ремы;

d) опущение частицы в переводе с нарушением ремы;

e) особые случаи.

Остановимся на каждом случае более подробно.

Адекватный перевод высказываний с логической частицей — случай **(a)** — является наиболее распространённым в немецком варианте романа, что свидетельствует о высоком качестве перевода. Это случай демонстрируют примеры (1) и (2):

(1) *Сегодня у нас* ***тоже*** *выпал снег, зачем ты мне всё это читаешь.* — Bei uns hat es heute **auch** geschneit, wozu liest du mir das vor.

(2) *Так помнят во всём мире или* ***только*** *в Рукиной слободке?* — Gedenkt man der Toten überall so, oder **nur** in Rukino?

В переводах данных предложений не только отражена частица, но и верно передано её ядро (рема):

тоже выпал снег — *auch* geschneit;

только в Рукиной слободке — *nur* in Rukino.

Однако в немецком тексте встречаются, случаи, когда частица сохраняется, но является маркером совсем другой ремы, что несколько искажает задуманное автором. Этот случай **(b)** представлен примерами (3) и (4):

(3) *Арсений почувствовал радость от того, что, придя домой, они* ***также*** *затопят печь и насладятся особым осенним уютом.* — Arseni freute sich, dass **auch** er und Christofor beim Nachhausekommen den Ofen anheizen und die Behaglichkeit des Herbstes genieβen würden.

В варианте оригинала чётко видно, что частица «также» в качестве своего ядра (ремы) выделяет смысловую группу *«затопят печь и насладятся особым осенним утром»*, в то время как в переводе частица «auch» акцентирует внимание на совершенно другой информации *(ich und Christofor)*, что может нарушать замысел автора.

Подобная ситуация наблюдается и с переводом предложения с частицей «уже»:

(4) *Ничто не указывало на того, кто в нём* ***уже*** *готовился нарушить эти линии.* — Nichts deutete darauf hin, dass sich in seinem Inneren **schon** jemand bereit machte, diese Linien zu durchbrechen.

Как и в предыдущем примере, логическая частица («уже») в варианте перевода маркирует

совсем другую рему. Ср.: *уже* готовился нарушить — *schon jemand* («уже кто-то»). Очевидно, что в немецком варианте внимание переключается на другой компонент общего смысла предложения.

Случай **(c)**, когда частица отсутствует в переводе, но рема высказывания сохраняется, демонстрирует пример (5), в котором для маркирования ремы используются другие ресурсы переводящего языка:

(5) *Было **ещё** одно средство заставить её разговориться — совиное сердце.* — Ein anderes Mittel, sie zum Reden zu bringen, war ein Eulenherz.

В варианте перевода отсутствует частица («ещё»), но рема сохраняется за счёт неопределённого артикля, которые также является маркером ремы в немецком языке. Однако здесь теряется некоторый дополнительный смысл, который актуализирует частица в оригинале — указание и на другие средства, которые были использованы в описываемой автором ситуации.

Отдельный интерес представляет случай **(d)**, в котором частица игнорируется переводчиком, при этом ремой становится совершенно другой смысловой компонент. Обратимся к примеру (6):

(6) *От порога его оттаскивал **уже** Христофор.* — Von dort zerrte Christofor ihn nach drauβen.

В переводе видны определённые несоответствия: отсутствие частицы («уже») лишает немецкое предложение дополнительного смысла («были и другие люди, которые это делали»), и смещается рема высказывания (в немецком варианте это “nachdrauβen” («наружу»), вместо акцентируемого «Христофор».

В отдельную группу **(e)** были выделены случаи, когда частицы в переводе заменялись на другие слова этой же группы, сохраняя при этом рему высказывания. Рассмотрим это на примере (7):

(7) *Не желая посмертного удаления от дома, место упокоения он наметил **ещё** при жизни — и теперь в этом не раскаивался.* — Da er im Tod in der Nähe seines Hauses bleiben wollte, hatte er sich diesen Ruheplatz **schon** im Voraus ausgesucht, und er bereute seine Entscheidung nicht.

Приведённое высказывание и его перевод содержат частицы ассиметричные друг другу — «ещё» и «schon» («уже»). Однако в теоретических работах отмечается, что значение данных частиц на промежуточных этапах может совмещаться, когда эти слова выражают завершённость действия [8, с. 115]. Поэтому уместность замены одной частицы на другую в нашем случае видится оправданной.

Заключение

Проведённый анализ показал, что не всегда при переводе удаётся воссоздать содержание оригинала в полном объёме. Достаточно часто причиной этому могут быть имплицитно представленные компоненты смысла, которые можно распознать, понимая механизм функционирования вербальных текстовых составляющих, таких, например, как логические частицы. Именно этот класс слов сигнализирует ту информацию, важность которой подчеркивает сам автор текста. При этом следует заметить, что функции, выполняемые логическими частицами, универсальны для всех языков. Принятие во внимание этого факта позволит сделать перевод более тождественным, что даст возможность иностранному читателю познакомиться с текстом, максимально приближенным к оригиналу.

Список источников

1. Выготский Л. С. Мышление и речь. Психологические исследования. М.: Лабиринт, 1996. 416 с.
2. Гришучкова И. Б. Некоторые виды когезии в речевых текстах анималистического жанра // Вестник Ставропольского государственного университета. Сер. Филологические науки. 2008. № 58. С.68–74.
3. Иванов Н. В. Способы усиления экспрессии в сверхфразовом единстве и в высказывании: дис. ... канд. филол. наук. М., 1991. 205 с.
4. Кривоносов А. Т. Система неизменяемых классов слов (на материале немецкого языка). Саратов: Саратовский университет, 1974. 118 с.
5. Кузар Ж. Н., Кульдеева Г. И. Теоретические концепции и модели перевода: сущность, функции, виды // Вестник Евразийского национального университета имени Л. Н. Гумилева. Серия: Филология. 2022. Т. 139. № 2. С. 151–159.
6. Макаров М. Л. Языковое общение в малой группе: опыт интерпретативного анализа дискурса: дис. ... д-ра филол. наук. Тверь: Изд-во Тверс. гос. ун-та, 1998. 443 с.
7. Матезиус В. О так называемом актуальном членении предложения // Пражский лингвистический кружок (сборник статей). М.: Прогресс, 1967. С. 239–245.

8. Николаева Т. М. Функции частиц в высказывании (на материале славянских языков). М.: Наука, 1985. 169 с.

9. Торопова Н. А. Семантика и функции логических частиц (на материале немецкого языка). Саратов: Саратовский университет. 1980. 174 с.

10. Хорецкая Н. Ю. Неадекватность перевода немецкой эмфатической частицы auch на русский язык // Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота, 2008. № 2 (9): Языкознание и литературоведение в синхронии и диахронии и методика преподавания языка и литературы. Ч. 3. С. 233–235.

11. Черняховская Л. А. Перевод и смысловая структура. М. : Международные отношения, 1976. 264 с.

12. Brausse U. Partikelforschung und Partikellexikographie // Ztschr. für Phonetik, Sprachwissenschaft und Kommunikationsforschung, Berlin, 1988. Bd. 41. H. 3. S. 383–387.

13. Helbig G. Lexikon deutscher Partikeln. Leipzig: Enzyklopädie, 1988. 258 S.

14. Mockalskaja O. J. Grammatik der deutschen Gegenwartssprache. Moskau: Vysšajaškola, 1983. 183 S.

15. Weydt H. Partikeln und Interaktion. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1983. 325 S.

References

1. Vygotskij LS. Myshlenie i rech'. Psihologicheskie issledovaniya= Thinking and speech. Psychological research. Moscow: Labirint, 1996. 416 p. (in Russ.).

2. Grishuchkova IB. Nekotorye vidy kogezii v rechevyh tekstah animalisticheskogo zhanra = Some types of cohesion in speech texts of the animalistic genre. *Vestnik Stavropol'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya Filologicheskie nauki. = Bulletin of Stavropol State University. Philological Sciences Series.* 2008;(58):68-74. (in Russ.).

3. Ivanov NV. Sposoby usileniya ekspressii v sverhfrazovom edinstve i v vyskazyvanii = Ways to enhance expression in superphrasal unity and in utterances: dis. ... kand. filol. nauk. Moscow, 1991. 205 p. (in Russ.).

4. Krivonosov AT. Sistema neizmenyaemyh klassov slov (na materiale nemeckogo yazyka) = System of immutable word classes (based on the German language). Saratov: Saratovskij universitet, 1974. 118 p. (in Russ.).

5. Kuzar ZhN., Kuldeeva GI. Theoretical concepts and models of translation: essence, functions, types. *Vestnik Evrazijskogo nacionalnogo universiteta imeni LN Gumileva. Seriya: Filologiya = Bulletin of LN Gumilyov Eurasian National University. Philology Series.* 2022;139(2):151-159. (in Russ.).

6. Makarov ML. Yazykovoe obshchenie v maloj gruppe: opyt interpretativnogo analiza diskursa = Language communication in a small group: experience of interpretative discourse analysis: dis. ... d-ra filol. nauk. Tver: Izd-voTvers. gos. un-ta, 1998. 443 p. (in Russ.).

7. Matezius VO tak nazyvaemom aktualnom chlenenii predlozheniya= On the called actual division of the sentence. Prazhskij lingvisticheskij kruzhok (sbornik statej) = Prague Linguistic Circle. M. : Progress, 1967. pp. 239-245. (in Russ.).

8. Nikolaeva TM. Funkcii chastic v vyskazyvanii (na material slavyanskih yazykov)= Functions of particles in a statement (based on Slavic languages). M. : Nauka, 1985, 169 p. (in Russ.).

9. Toropova NA. Semantika i funkcii logicheskih chastic (na material nemeckogo yazyka) = Semantics and functions of logical particles (based on the German language). Saratov: Saratovskij universitet. 1980, 174 p. (in Russ.).

10. Horeckaya NYu. Neadekvatnost' perevoda nemeckoj emfaticheskoj chasticy auch na russkij yazyk = Inadequacy of the translation of the German emphatic particle auch into Russian. *Almanah sovremennoj nauki i obrazovaniya = Almanac of modern science and education.* Tambov: Gramota, 2008;(2(9): Yazykoznanie I literaturovedenie v sinhronii i diahronii i metodika prepodavaniya yazyka i literatury = Linguistics and literary studies in synchrony and diachrony and methods of teaching language and literature. P. 3. pp. 233-235. (in Russ.).

11. Chernyahovskaya LA. Perevod i smyslovaya struktura= Translation and semantic structure. M. : Mezhdunarodnye otnosheniya, 1976. 264 p. (in Russ.).

12. Brausse U. Partikelforschung und Partikellexikographie = Ztschr. für Phonetik, Sprachwissenschaft und Kommunikationsforschung, Berlin, 1988. Bd.41. H.3. S. 383–387. (in Germ.).

13. Helbig G. Lexikon deutscher Partikeln. Leipzig: Enzyklopädie, 1988. 258 S. (In Germ.).

14. Mockalskaja OJ. Grammatik der deutschen Gegenwartssprache. Moskau: Vysšajaškola, 1983. 183 S. (in Germ.).

15. Weydt H. Partikeln und Interaktion. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1983. 325 S. (in Germ.).

Информация об авторе

Н. Ю. Хорецкая — кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры зарубежной филологии.

Informationabout the author

N. Y. Khoretskaya – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Foreign Philology.

Статья поступила в редакцию 16.06.2024; одобрена после рецензирования 15.09.2024; принята к публикации 24.09.2024.

The article was submitted 16.06.2024; approved after reviewing 15.09.2024; accepted for publication 24.09.2024.

Автор заявляет об отсутствии конфликтов интересов.

The author declares no conflicts of interests.

АВТОМАТИЗАЦИЯ, МАШИННОЕ ОБУЧЕНИЕ И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ В ЛИНГВИСТИКЕ, ПЕРЕВОДЕ И ПЕДАГОГИКЕ
AUTOMATION, MACHINE LEARNING AND INTELLIGENT SYSTEMS IN LINGUISTICS, TRANSLATION AND PEDAGOGY

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 220–229.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):220-229.

Научная статья

УДК 81`322.2

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-220-229

МАШИННОЕ ОБУЧЕНИЕ ПРИ АДАПТАЦИИ УЧЕБНЫХ ТЕКСТОВ: ЛЕКСИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Ольга Юрьевна Редькина[1]✉, **Татьяна Васильевна Карпета**[2], **Дарья Сергеевна Пономарева**[3], **Дарья Александровна Вершинина**[4]

[1] Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, filolchen@gmail.com, 0000-0002-5012-0866

[2] Южно-Уральский государственный университет, Челябинск, Россия, eroshkinatv@susu.ru, 0000-0001-5079-5970

[3] Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, ponomarevadasha18@yandex.ru, 0009-0002-7941-753X

[4] Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, vershinina.0420@mail.ru, 0009-0000-2959-9262

Аннотация. Обучение в школах инофонов в смешанных классах требует адаптации учебных материалов, особенно по дисциплинам гуманитарного цикла. Процесс адаптации отличается большой трудоёмкостью, однако с учётом того, что адаптация осуществляется под определённый уровень владения русским языком как иностранным, а значит, предполагает соответствие чётким требованиям, может быть отчасти автоматизирован. В статье представлены результаты апробации методов машинного обучения по адаптации учебных текстов на лексическом уровне. Материалом адаптации стал учебник по истории России за 11 класс, в котором были произведены синонимические замены ряда лексем на слова, включённые в лексический минимум уровня А1. Для осуществления замен был создан словарь синонимов, в котором заголовочными словами являются слова из лексического минимума уровня А1; отбор синонимов осуществлялся с учётом их частеречной принадлежности из словарей синонимов, размещённых на сайте https://academic.ru/. Были проведены токенизация текста, морфологический анализ слов, приведение их в начальную форму, замена на синонимы из лексического минимума и дальнейшее приведение синонимов в нужную грамматическую форму. Дальнейшая работа предполагала проверку адекватности произведённых замен и анализ ошибок. Алгоритм показал высокую степень точности при осуществлении замен; допущенные ошибки проанализированы и классифицированы. Выделены пять типов ошибок: 1) ошибки, связанные с семантикой многозначного слова, 2) ошибки, связанные с системными отношениями в лексике, 3) ошибки, связанные со стилистическими особенностями словоупотребления, 4) ошибки, связанные с употреблением устойчивых / лексикализованных сочетаний, 5) ошибки, связанные с культурой оформления печатного текста. Основными причинами возникновения этих ошибок стали: 1) неразличение лексико-семантических вариантов многозначного слова или неразличение омонимов, 2) неразличение стилистически окрашенных и нейтральных синонимов, 3) неузнавание имён собственных (географических наименований, имен и фамилий людей), 4) неузнавание условных сокращений, принятых в специализированных изданиях. Предложены шаги по усовершенствованию работы алгоритма: анализ многозначных слов и омонимов, входящих в минимум, для уточнения их значений; введение критерия вероятности использования слова как стилистически окрашенной единицы расширение словаря синонимов за счёт включения в него лексикализованных сочетаний, имён собственных, наиболее частотных условных сокращений.

Ключевые слова: машинное обучение, парсинг сайтов, парсер на языке Python, русский язык как иностранный, лексический минимум, учебный текст, адаптация

© Редькина О. Ю., Карпета Т. В., Пономарева Д. С., Вершинина Д. А., 2024

Финансирование. Статья подготовлена при финансовой поддержке Фонда перспективных научных исследований ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет» (приказ № 126-1 от 14.03.2024).

Для цитирования: Редькина О. Ю., Карпета Т. В., Пономарева Д. С., Вершинина Д. А. Машинное обучение при адаптации учебных текстов: лексический аспект // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 220–229. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-220-229.

Original article

MACHINE LEARNING IN ADAPTATION OF EDUCATIONAL TEXTS: LEXICAL ASPECT

Olga Yu. Redkina[1]✉, Tatiana V. Karpeta[2], Daria S. Ponomareva[3], Daria A. Vershinina[4]

[1]Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, filolchen@gmail.com, 0000-0002-5012-0866

[2]South Ural State University, Chelyabinsk, Russia, eroshkinatv@susu.ru, 0000-0001-5079-5970

[3]Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, ponomarevadasha18@yandex.ru, 0009-0002-7941-753X

[4]Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, vershinina.0420@mail.ru, 0009-0000-2959-9262

Abstract. This paper presents the results of approbation of machine learning methods for adapting educational texts for the purpose of teaching non-native learners in Russian. The testing was carried out on the text of the textbook on the history of Russia for the 11th grade, in which synonymic substitutions of a number of lexemes were made for words included in the lexical minimum of the A1 level. The preparatory stage of adaptation is described and the classification of errors made in the text as a result of adaptation using machine learning methods is presented.

Keywords: machine learning, website parsing, Python parser, Russian as a foreign language, lexical minimum, educational text, adaptation

Funding. The article was prepared with the financial support of the Fund for Advanced Scientific Research of Chelyabinsk State University (Order № 126-1 of 14.03.2024).

For citation: Redkina OYu, Karpeta TV, Ponomareva DS, Vershinina DA. Machine learning in the adaptation of educational texts: lexical aspect. *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;(8(490):220-229. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-220-229.

Введение

Преподавание иностранных языков связано с использованием на занятиях большого количества текстов, которые условно можно разделить на три разновидности: специально созданные тексты (как правило, используемые на начальном этапе подготовки), адаптированные тексты (используемые на базовом и пороговом уровнях языковой подготовки) и аутентичные (используемые на продвинутом этапе обучения) [1]. Вторую и третью разновидности составляют тексты, изначально не предназначенные для использования в дидактических целях, которые либо подвергаются определённой трансформации (адаптируются), либо остаются в первозданном виде. Под адаптацией будем понимать вслед за Э. Г. Азимовым и А. Н. Щукиным процесс «упрощения, приспособления, облегчения или усложнения текста в соответствии с уровнем языковой компетенции учащихся» [1]. Предмет нашего исследовательского интереса составляют адаптированные тексты, поскольку их подготовка требует комплексного анализа аутентичного текста (его содержания, лексических и грамматических трудностей) и дальнейшей кропотливой работы по изъятию или замене отдельных единиц без утраты или искажения смысла текста [3; 9].

В современной образовательной среде особую актуальность вопрос адаптации учебных текстов приобретает не столько в преподавании собственно иностранного языка, сколько в преподавании на нём, т. е. при обучении инофонов. Стоит отметить, что существенные затруднения у школьников-инофонов вызывает освоение дисциплин гуманитарного цикла: литературы, истории и обществознания. Учебные и контрольные материалы по этим дисциплинам, как правило, представлены объёмными текстами, неоднородными с точки зрения стилистики, включающими разнообразную лексику и грамматические конструкции и характеризующимися (при наличии) имплицитной авторской оценкой. Кроме того, для адекватного восприятия этих текстов от адресата требуется наличие фоновых знаний, касающихся культуры и истории страны проживания.

Потребность в адаптации учебных текстов для инофонов совершенно очевидна, и, на наш взгляд, она может быть осуществлена путём использования инструментов автоматизированного комплексного анализа и адаптации текстов с учётом фактора адресата-инофона. Целью нашего междисциплинарного прикладного исследования является разработка таких инструментов, а в настоящей статье представлены результаты первого этапа, заключающегося в апробации методов машинного обучения применительно к адаптации учебного текста на лексическом уровне.

На сегодняшний день уже разработан сервис, позволяющий с достаточно высокой степенью точности определить уровень сложности текста, — онлайн-инструмент «Текстометр» (https://textometr.ru/). «Уровень сложности текста по шкале CEFR (от A1 до C2) определяется автоматически на основании результатов работы математической модели, обученной на коллекции из 800 текстов из пособий по РКИ, информация об уровне сложности которых нам уже известна, и более чем 100 лингвистических признаков текста» [6]. Ресурса же, позволяющего произвести не только анализ, но и адаптацию учебного текста, на сегодняшний день не существует.

Материалы и методы

Материалом адаптации послужила первая часть учебника «История. История России. 1946 г. – начало XXI в.» за 11 класс, изданного под редакцией А. В. Торкунова[1]. Текст учебника выдержан в научном стиле, содержит значительное количество терминологической лексики, а кроме того, включает ряд фрагментов, написанных в публицистическом стиле (отрывки из воспоминаний, открытых писем, краткие биографии научных, культурных, политических деятелей и т. п.). Задачей данного этапа исследования стала апробация механизмов адаптации учебного текста на лексическом уровне.

Адаптация текста на лексическом уровне предполагает выявление лексики, не соответствующей уровню языковой подготовки адресата, и либо её замену на адекватный синоним из числа изучаемых на данном уровне слов, либо изъятие из текста, либо вынесение в лексико-грамматический комментарий. Поскольку в нашем случае речь идет об автоматизированном процессе, мы ограничились заменой ряда лексем на имеющиеся в минимуме уровня A1 [5].

С точки зрения лингводидактики такая работа не имеет смысла, поскольку, во-первых, исходный текст уровню A1 не соответствует ни по тематике, ни по уровню лексической и грамматической сложности [2], во-вторых, замене могла подвергнуться далеко не вся лексика из текста. Однако смысл апробации сводится не к созданию адаптированного текста, а к проверке возможностей инструмента адаптации, выявлению ошибок для последующей их коррекции. Уровень A1 как нельзя лучше подходит для этих целей, поскольку лексический минимум включает всего 780 слов, следовательно, лучше поддается систематизации и алгоритмизации.

Для решения поставленной задачи мы на основе лексического минимума уровня A1 создали словарь синонимов. Заголовочными словами словарных статей стали слова из минимума, подбор синонимов осуществлялся методом сплошной выборки из пяти словарей синонимов, размещённых на сайте https://academic.ru/[2]. Варианты синонимической замены были отфильтрованы с учётом их частеречной принадлежности.

Для создания словаря синонимов использовался язык программирования Python и библиотека BeautifulSoup. Алгоритм использовал BeautifulSoup для извлечения синонимов из HTML-кода страницы. Полученные синонимы были занесены в словарь.

Учебник «История. История России. 1946 г. – начало XXI в.» был представлен в виде файла PDF. При парсинге PDF-файлов с использованием библиотеки PyMuPDF (Fitz) в Python можно извлечь текст, учитывая различные стили шрифтов, такие как курсив и жирный. Библиотека Fitz позволила получить информацию о каждом фрагменте текста на странице PDF, включая его стиль. В результате работы алгоритма учебник был представлен в формате текстового файла со специальными метками.

Дальнейшая работа с текстом осуществлялась по следующему алгоритму:

1. Токенизация текста и обработка слов. Текст необходимо разделить на отдельные слова (токены) для дальнейшей обработки (рис. 1).

2. Морфологический анализ слов (рис. 2). Проход по каждому слову из текста и получение его нормальной формы (леммы) [10], грамматиче-

[1] История. История России. 1946 г. − начало XXI в. 11 класс. Базовый уровень. В 2 ч. Ч. 1 / под ред. А. В. Торкунова. М., 2020. 112 с.

[2] Словарь синонимов // Академик. URL: https://dic.academic.ru/contents.nsf/dic_synonims/ (дата обращения 11.05.2024).

ских характеристик и другой информации с помощью библиотеки PyMorphy2 — морфологический анализатор для русского и украинского языков [12], разработанный на основе словарей OpenCorpora [14], обеспечивающий достаточно высокую степень точности в анализе словоформы — до 96,43 % [11] и потому часто используемый при автоматической обработке текстов на русском языке [15].

3. Замена слов на слова из списка A1 (использовался метод случайного выбора слова-синонима из подходящих вариантов) (рис. 3).

4. Применение тегов для приведения слов в нужную форму. Грамматические характеристики слова (теги) использовались для приведения его к нужной форме — той, в которой слово стояло в исходном варианте текста (рис. 3).

Примеры реализации пп. 3–4 могут быть представлены в виде последовательности преобразований, в которой (1) — форма исходного слова в тексте, (2) — начальная форма исходного слова, (3) — начальная форма синонима, (4) — словоформа синонима (=1) (рис. 3).

Важно отметить, что были заменены лишь те слова, у которых есть синоним в лексическом минимуме уровня A1, то есть текст не подвергся существенной трансформации. Кроме того, изменение формы слова произошло только у синонимов (начальная форма поменялась на исходную), а контекст употребления этих языковых единиц не менялся. Так, во фрагменте предложения: *национальный ВОПРОС и национальная ПОЛИТИКА в послевоенном СССР* (здесь и далее прописными буквами выделены слова, подвергшиеся замене; во всём остальном тексте, включая имена собственные и начало предложения, используются строчные буквы. — ***Прим. авт.***) — синонимической замене подверглись слова *вопрос*, *политика* и *СССР*. В получившемся фрагменте видим: *национальный ПРОБЛЕМА и национальная КУРС в послевоенном СТРАНЫ.* Согласованные определения с заменой определяемого слова на синоним с другими грамматическими характеристиками форму не поменяли, и, поскольку грамматическая адаптация в наши задачи не входила, этот факт мы как ошибку рассматривать не будем. Наибольший интерес для нас представляют ошибки, связанные с лексическим уровнем текста.

Результаты исследования и их обсуждение

Исходный текст состоит из 27704 слов; общее количество замен — 6431 словоформа (формы слова учтены как отдельные замены, 23 %), уникальных замен — 1164 лексемы (без учёта формы слова, в том числе особых форм глагола, кратких форм причастий и прилагательных, 4 %).

Проанализировав полученный текст, мы смогли классифицировать ошибки: 1) ошибки, связанные с семантикой многозначного слова; 2) ошибки, связанные с системными отношениями

```
'Вопросы', 'и', 'задания', 'внутри', 'параграфов', 'позволят',
```

Рис. 1. Токенизация текста
Fig. 1. Text tokenization

```
Parse(word='вопросы', tag=OpencorporaTag('NOUN,inan,masc plur,accs'),
normal_form='вопрос', score=0.64609, methods_stack=((DictionaryAnalyzer(), 'вопросы', 34, 9),))
Parse(word='и', tag=OpencorporaTag('CONJ'),
normal_form='и', score=0.998263, methods_stack=((DictionaryAnalyzer(), 'и', 20, 0),))
Parse(word='задания', tag=OpencorporaTag('NOUN,inan,neut sing,gent'),
normal_form='задание', score=0.592592, methods_stack=((DictionaryAnalyzer(), 'задания', 77, 2),))
Parse(word='внутри', tag=OpencorporaTag('PREP'),
normal_form='внутри', score=0.817647, methods_stack=((DictionaryAnalyzer(), 'внутри', 24, 0),))
Parse(word='параграфов', tag=OpencorporaTag('NOUN,inan,masc plur,gent'),
normal_form='параграф', score=1.0, methods_stack=((DictionaryAnalyzer(), 'параграфов', 34, 7),))
Parse(word='позволят', tag=OpencorporaTag('VERB,perf,tran plur,3per,futr,indc'),
normal_form='позволить', score=1.0, methods_stack=((DictionaryAnalyzer(), 'позволят', 657, 10),))
```

Рис. 2. Морфологический анализ слов
Fig. 2. Morphological analysis of words

(1) вопросы – (2) вопрос – (3) задача – (4) задачи
(1) текстом – (2) текст – (3) документ – (4) документом

Рис. 3. Замена слов и их приведение в нужную форму
Fig. 3. Replacing words and bringing them into the desired form

в лексике; 3) ошибки, связанные со стилистическими особенностями словоупотребления; 4) ошибки, связанные с употреблением устойчивых / лексикализованных сочетаний; 5) ошибки, связанные с культурой оформления печатного текста. Рассмотрим их более подробно. Для верификации данных мы использовали «Современный толковый словарь русского языка» Т. Ф. Ефремовой[1] (далее — словарь; иные словари указываются с автором или жанровой принадлежностью. — ***Прим. авт.***).

I. Ошибки, связанные с семантикой многозначного слова

Этот наиболее распространенный тип ошибок связан с подбором синонима к лексико-семантическому варианту (далее — ЛСВ) многозначного слова, неуместному в данном контексте.

Пример 1: *социально-экономическое развитие страны в 1960-х – СЕРЕДИНЕ 1980-х гг.* заменено на *социально-экономическое развитие страны в 1960-х – ЦЕНТРЕ 1980-х гг.* Слово *середина* в словаре представлено как многозначное. ЛСВ имеют значения: «1) место, более или менее одинаково удалённое от краев, концов чего-либо; 2) время, более или менее одинаково удалённое от начала и конца чего-либо». В предложенном контексте актуализируется второй ЛСВ, в то время как автоматическая замена приводит к актуализации первого ЛСВ.

Пример 2: *ПОЛИТИКА МИРНОГО сосуществования в 1950-х – первой ПОЛОВИНЕ 1960- х гг.* заменено на *КУРС СПОКОЙНОГО сосуществования в 1950-х – первой ЖЕНЕ 1960-х гг.* В представленном фрагменте произведены три замены, причём если первые две (*политика — курс, мирного — спокойного*) достаточно адекватны, хоть и не вполне уместны в данном контексте, то последняя представляет собой замену ЛСВ многозначного слова в переносном значении, ограниченного в сфере употребления: половина — «перен. разг. муж по отношению к жене или жена по отношению к мужу».

Пример 3: *ОГРОМНОЕ ЗНАЧЕНИЕ при изучении ИСТОРИИ имеет РАБОТА с КАРТАМИ* заменено на *ВЕЛИКОЕ ЦЕНУ при изучении РАССКАЗА имеет УПРАЖНЕНИЕ с ОТКРЫТКАМИ.* Синонимическая замена *огромное — великое* представляет собой не столько ошибку, сколько речевой и стилистический недочёт, связанный с использованием слова с эмоционально-экспрессивной коннотацией и разрушением стереотипного сочетания, принятого в научном стиле. Слово *значение* соотносится, скорее, со словом *ценность*, а не *цена*: «II. 1. Важность, значительность», однако словарь синонимов ASIS В. Н. Тришина[2] приводит среди прочих синонимов и *ценность*, и *цена*. Замена *работа — упражнение* представляется адекватной за исключением грамматической формы. Слово *работа*, использованное здесь в значении «I. 2. занятие», является абстрактным существительным и потому не имеет формы множественного числа. Слово *упражнение* обладает формой множественного числа и в данном контексте должно употребляться в ней. Поскольку алгоритм менял форму синонима на ту же, в которой стояло заменяемое слово, автоматически, подобного рода недочёты необходимо исправлять вручную. Замены *история — рассказ, карта — открытка* произведены вследствие неразличения омонимов; этот тип ошибок описан в соответствующем разделе.

Пример 4: *было сокращено до минимума ЧИСЛО планируемых показателей* заменено на *было сокращено до минимума ДЕНЬ планируемых показателей.* Замена осуществлена в связи с неразличением оттенков смысла ЛСВ многозначного слова. Слово *число* в данном контексте употреблено в значении «I. 1. Понятие количества», заменено на «I. 2. День месяца в порядковом ряду других дней».

II. Ошибки, связанные с системными отношениями в лексике

Ошибки этого типа нарушают парадигматические связи [6] между лексемами и потому могут быть подразделены на подвиды.

1. Ошибки, связанные с омонимией

Ошибки этого вида возникают из-за неразличения омонимов. Как правило, эти ошибки приводят к ошибкам других видов и типов: замене гипонима гиперонимом, использованию стилистически окрашенного синонима и т. д.

Пример 5: *более 11 млн военнослужащих, <...> орудий составляли ГРОЗНУЮ СИЛУ* заменено на *более 11 млн военнослужащих, <...> орудий составляли ГОРОД ЦЕНУ.* На замену *грозная — город* существенное влияние оказала грамматическая трансформация, предшествующая собственно лексической замене слова. Так, прилагательное стоит в форме ж. р. В. п. ед. ч. Начальная форма прилагательного, заложенная

[1] Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный: Св. 136000 словарных статей, около 250000 семантических единиц : В 2 т. М., 2000.

[2] Словарь синонимов // Академик. URL: https://dic.academic.ru/contents.nsf/dic_synonims/ (дата обращения 11.05.2024).

в библиотеку PyMorphy2, — м. р. Им. п. ед. ч., т. е. *грозный* — омоним к ойкониму *Грозный*. Дальнейшая замена приводит к другому виду ошибок, связанному с нарушением парадигматических связей, как и замена *тысяча — игра*. Эти ошибки рассмотрены в соответствующем разделе.

Пример 6: *выросла заработная ПЛАТА* заменено на *выросла заработная МАМА.* Замена *плата — мама* обусловлена наличием у терминологического словосочетания *материнская плата* жаргонного синонима — *мама*. В словаре это значение слова плата отсутствует. Ограниченный контекст употребления слова мама в этом значении указывает на принадлежность замены к ещё одному типу ошибок — ошибкам, связанным со стилистическими особенностями словоупотребления.

Пример 7: *написание СЦЕНАРИЕВ, РОМАНОВ и пьес* заменено на *написание ПЛАНОВ, ИМЁН и пьес.* Слово *роман* в словаре представлено как два омонима; имя собственное в словаре отсутствует, но оно является омоформой по отношению к любому из двух омонимов (не совпадают формы В. п. ед. и мн. ч.: *Романа — роман*, *Романов — романы*). В контексте предложения слово роман стоит в форме Р. п. мн. ч., совпадающей у всех омонимов, воспринято алгоритмом как имя собственное и заменено на гипероним *имя*. Существенное количество ошибок, допущенных алгоритмом при работе с именами собственными, соотносится с данными, представленными в статье *A Close Look at Russian Morphological Parsers: Which One Is the Best?*, согласно которой, с именами собственными связано до 50 % ошибок в работе парсеров [13]. Замена *сценарий — план* относится к первому типу ошибок.

Пример 8: *«доживём до понедельника», 1969, РЕЖ. с. и. ростоцкий* заменено на *«доживём до понедельника», 1969, ГОРОД. с. и. ростоцкий.* Замена *реж. — город* может быть отнесена к двум типам ошибок: связанным с омонимией и с культурой оформления печатного текста. Использование общепринятых сокращений слов, значение которых легко восстанавливается по контексту, до узнаваемого минимума, является характерной чертой научных и научно-учебных изданий [7]. Алгоритм воспринял графическое сокращение с точкой как лексему в конце предложения, возникла омонимия (Реж — город в Свердловской области), и произошла замена гипонима на гипероним.

2. Ошибки, связанные с синонимией

Ошибки, связанные с синонимией, представляют собой замену слова из текста на слово из лексического минимума не в том значении, в котором оно представлено в минимуме, т. е. либо неподходящего ЛСВ многозначного слова, либо омонима.

Пример 9: *устанавливалось НАКАЗАНИЕ на срок до 20 лет* заменено на *устанавливалось СТАТЬЮ на срок до 20 лет.* В словаре представлено пять значений слова *статья*. На уровне А1 изучается только первое: «1. Публицистическое, научное или научно-популярное сочинение небольшого размера»; в контексте предложения актуализируется пятое: «5. Наказание на основании закона».

Пример 10: *поверхности ЛУНЫ коснулся* заменено на *поверхности МЕСЯЦА коснулся.* Слово *месяц* в словаре представлено как два омонима: «I. 1. Одна двенадцатая часть астрономического года, имеющая каждая самостоятельное название» и «II. Светящийся диск или часть диска ближайшего естественного спутника Земли, видимый на небе ночью; луна». На уровне А1 слово *месяц* изучается только в первом значении.

Пример 11: *ФИЛЬМЫ а. а. тарковского <...> выходили с цензурными купюрами* заменено на *КАРТИНЫ а. а. тарковского <...> выходили с цензурными купюрами.* Слово *картина* в словаре представлено как многозначное. На уровне А1 изучается только первое значение: «1. Произведение живописи в красках»; в контексте актуализируется «2. Кинематографический или телевизионный фильм».

3. Ошибки, связанные с гипо-гиперонимическими отношениями

Ошибки этого вида представляют собой либо замену гипонимов гиперонимами (в роли гипонимов зачастую выступают имена собственные), либо гиперонимов гипонимами.

Пример 12: *СССР* и названия иных стран (*США, Великобритания, Япония, Германия* и пр.) по всему тексту заменены на гипероним *СТРАНА*.

Пример 13: *волжский АВТОЗАВОД* заменено на *волжский ЗАВОД*. Сложносокращенные слова на уровне А1 не изучаются, поэтому произошла замена гипонима *автозавод* на гипероним *завод.*

Пример 14: *в УЧЕБНИК включено два ВИДА ТЕКСТОВ* заменено на *в КНИГУ включено два ГРУППЫ СТИХОВ.* Слова *учебник* и *текст* в замене не нуждались, поскольку они включены в лексический минимум, однако произошедшая замена является весьма репрезентативной. Слово *учебник* заменено на гипероним *книга*, *текст* — на гипоним *стихи*. Замена *вид — группа* представляет собой ошибку, связанную с подбором

синонима из числа неизученных значений омонимов или ЛСВ многозначного слова: на уровне А1 слово группа изучается в значении «I. 2. Совокупность лиц, объединенных общей профессией, какой-либо деятельностью или общностью интересов, взглядов», иначе говоря, в значении «академическая группа».

Пример 15: *большегрузный 180-тонный АВТОМОБИЛЬ белаз* заменено на *большегрузный 180-тонный КОПЕЙКА белаз.* Замена *автомобиль — копейка* — еще один пример комплексной ошибки, связанной с неразличением омонимов, заменой гиперонима гипонимом и стилистической окрашенностью синонима. На уровне А1 слово *копейка* изучается в значении «I. 1. Монета достоинством в одну сотую рубля»; алгоритм же видит в слове омоним со значением «II. *разг.* Легковой автомобиль модели ВАЗ-2101 марки «Жигули», выпускаемый Волжским автозаводом».

III. Ошибки, связанные со стилистическими особенностями словоупотребления

Этот тип ошибок — зачастую весьма курьезных — представляет собой замены общеупотребительных слов или терминов с нейтральной стилевой окраской на слова с разговорной, просторечной окраской, жаргонные слова, а также слова с эмоционально-экспрессивной коннотацией и эвфемизмы.

Пример 16: *КРАСНАЯ АРМИЯ* заменено на *КРАСИВАЯ МОРЕ* — комплексная ошибка, связанная в том числе с употреблением составного наименования. Слово *красный* в словаре имеет пометку: «Употребляется как постоянный эпитет; красивый, прекрасный, ясный, светлый». Слово *армия* представлено как два омонима, второй — в переносном значении: «II. *разг.* Большое количество людей, объединенных каким-либо общим признаком», допускающем формирование отношений контекстуальной синонимии со словом море.

Пример 17: *рассчитывая на ЗАХВАТ ВЛАСТИ* заменено на *рассчитывая на КОШКУ ПРАВИТЕЛЬСТВА*. Слово *кошка* употребляется как жаргонизм с общим значением способа захвата чего-либо. В словаре Т. Ф. Ефремовой это значение не представлено, в словаре С. И. Ожегова их два: «4. *мн.* Род железных шипов (или иных приспособлений), надеваемых на обувь для лазанья на столбы, по отвесным склонам. 5. Небольшой якорь (спец.)»[1].

[1] Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка : 72500 слов и 7500 фразеологических выражений. 2-е изд., испр. и доп. М., 1994. 907 с.

Пример 18: *xx век <...> стал наиболее СЛОЖНЫМ* заменено на *xx век <...> стал наиболее КИТАЙСКИМ.* Ещё один пример комплексной ошибки, связанной со стилистическими особенностями употребления слова, а также с подбором синонима из числа неизученных значений омонимов или ЛСВ многозначного слова. *Сложный* в словаре обладает рядом значений, в том числе «1. *перен.* Характеризующийся многими переплетающимися явлениями, признаками, отношениями. 2. *перен.* Представляющий трудность для понимания, разрешения, осуществления; трудный». Очевидна связь последнего с фразеологизмом с похожим значением *китайская грамота*. Слово *китайский* на уровне А1 изучается, но как относительное прилагательное, со словами *язык*, *блюдо* и так далее, вне фразеологической единицы и перехода в разряд качественно-относительных прилагательных.

IV. Ошибки, связанные с употреблением устойчивых / лексикализованных сочетаний

Ошибки, отнесённые нами к этому типу, представляют собой синонимические замены слов, приводящие к разрушению производных предлогов, фразеологических единиц, терминологических словосочетаний и иных единиц, являющихся неделимым единством.

Пример 19: *с одной СТОРОНЫ* заменено на *с одной РУБАШКИ.* Синонимическая замена слова *сторона* в значении «5. Одна из поверхностей, один из боков чего-либо» на *рубашка* в значении «II. 1. Оборотная сторона игральных карт» привела к разрушению вводной конструкции.

Пример 20: *в СВЯЗИ с <...> обострением* заменено на *в ЛЮБВИ с <...> обострением*. Синонимическая замена слова *связь* в значении «2. Общение с кем-либо. Любовные отношения, сожительство» привела к разрушению производного предлога *в связи с*.

Пример 21: *имело ВЫСШЕЕ*, *среднее и незаконченное среднее ОБРАЗОВАНИЕ* заменено на *имело БОЛЬШОЕ*, *среднее и незаконченное среднее РОЖДЕНИЕ.* Анализ слов *высший* и *образование* вне контекста их употребления и синонимическая замена (адекватная для другого контекста) приводит к разрушению терминологических словосочетаний *высшее образование*, *среднее образование*, *незаконченное среднее образование.*

V. Ошибки, связанные с культурой оформления печатного текста

Этот тип ошибок представляет собой замену однобуквенных графических сокращений с точкой в обозначении века, года или инициалов

на слово *буква*. Менее распространенными являются ошибки по типу представленном в примере 8.

Пример 22: *в 1993 Г.* заменено на *в 1993 БУКВЫ.*

Пример 23: *уже после СМЕРТИ Л. и. брежнева* заменено на *уже после СМЕРТИ БУКВА. и. брежнева.* Здесь стоит отметить, что инициал *И.*, очевидно, воспринимается алгоритмом как лексема — союз *и* и потому не требует замены.

Представленные ошибки имеют комплексный характер, поскольку в конечном счете происходит замена гипонима на гипероним.

Таким образом, в результате синонимических замен произошло существенное количество ошибок, связанных с неудачным выбором синонима из синонимического ряда. Эта проблема отмечается и в других исследованиях, посвященных автоматизации процесса адаптации текста [8].

Выводы

Анализ результатов автоматической адаптации учебного текста путем замены ряда слов на единицы, представленные в лексическом минимуме уровня А1, показал достаточно высокую долю адекватных замен (5228 словоформ из 6431, 81 %). В то же время при автоматической замене было допущено существенное количество комплексных ошибок, связанных с рядом характеристик лексемы: её семантикой и стилистической окрашенностью.

Основными причинами возникновения этих ошибок стали: 1) неразличение лексико-семантических вариантов многозначного слова или неразличение омонимов, 2) неразличение стилистически окрашенных и нейтральных синонимов, 3) неузнавание имен собственных (географических наименований, имен и фамилий людей), 4) неузнавание условных сокращений, принятых в специализированных изданиях.

Процент ошибок можно снизить путем внесения некоторых изменений в формируемый на подготовительном этапе словарь синонимов независимо от уровня языковой подготовки:

1. Необходимо уточнить, какой именно лексико-семантический вариант многозначного слова или омоним включен в лексический минимум: *карта* как географическая карта или как открытка (уст.); *мир* как отсутствие войны или как Земля; *курс* как этап обучения, дисциплина или стоимость валюты, — то есть ввести критерий вероятности использования слова в том или ином значении.

2. Необходимо исключить из списка потенциальных слов на замену тех ЛСВ, которые обладают разговорной, просторечной окраской, а также жаргонные слова, слова с эмоционально-экспрессивной коннотацией и эвфемизмы, — то есть ввести критерий вероятности использования слова как стилистически окрашенной единицы.

3. Необходимо расширить словарь за счёт включения в него: а) лексикализованных сочетаний: производных предлогов, наиболее частотных вводных конструкций, составных наименований, терминологических словосочетаний и так далее, б) имен собственных (краткий список, данный в лексическом минимуме, явно недостаточен), в) наиболее частотных условных сокращений.

Анализ текста должен осуществляться не пословно, а с учетом ближайшего контекста, позволяющего выявить семантические и стилистические характеристики единицы, что, в свою очередь, позволит исключить слова, не подлежащие замене, а также избежать ошибок, связанных с использованием стилистически и семантически неудачных синонимов.

Внедрение изменений в алгоритм позволит повысить качество базы данных для дальнейшего обучения нейронной сети адаптации учебных текстов для инофонов с уровнем владения русским языком как иностранным А1.

Список источников

1. Азимов Э. Г., Щукин А. Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). М., 2009. 448 с.

2. Государственный стандарт по русскому языку как иностранному. Элементарный уровень / Владимирова Т. Е. и др. СПб., 2001. 28 с.

3. Коротышев А. В. «Матрица адаптации» как комплекс приёмов для отбора и адаптации художественного текста в аспекте РКИ // Мир русского слова. 2014. № 1. С. 79–85.

4. Лапошина А. Н., Лебедева М. Ю. Текстометр: онлайн-инструмент определения уровня сложности текста по русскому языку как иностранному // Русистика. 2021. Т. 19. № 3. С. 331–345.

5. Лексический минимум по русскому языку как иностранному: элементарный уровень: общее владение / Н. П. Андрюшина, Т. В. Козлова. СПб., 2012. 79 с.

6. Лингвистический энциклопедический словарь / Под ред. В. Н. Ярцевой. М., 1990. 682 с.

7. Мильчин А. Э., Чельцова Л. К. Справочник издателя и автора. Редакционно-издательское оформление издания. М., 2003. 800 с.

8. Ниценко А. В., Шелепов В. Ю., Большакова С. А., Ивашко К. С. О словесных заменах, сохраняющих смысл русского предложения // Проблемы искусственного интеллекта. 2020. № 1 (16). С. 63−74.

9. Шарафутдинова О. И. Детская литература на уроках РКИ: к проблеме адаптации художественного текста // Проблемы преподавания филологических дисциплин иностранным учащимся. Воронеж, 2010. С. 115−119.

10. Akhmetov I., Krassovitskiy A., Ualiyeva I., Gelbukh A., Mussabayev R. An Open-Source Lemmatizer for Russian Language based on Tree Regression Models // Research on computing science. 2020. URL: https://www.researchgate.net/profile/Iskander-Akhmetov/publication/344473509_An_Open-Source_Lemmatizer_for_Russian_Language_based_on_Tree_Regression_Models/links/5f7af121299bf1b53e0e460a/An-Open-Source-Lemmatizer-for-Russian-Language-based-on-Tree-Regression-Models.pdf. (дата обращения 16.05.2024).

11. Dereza, O. V., Kayutenko, D. A., Fenogenova, A. S.: Automatic morphological analysis for Russian: a comparative study // Proceedings of Student Session of Dialogue-2016. 2016. URL: https://www.dialog-21.ru/media/3473/dereza.pdf. (дата обращения 16.05.2024).

12. Korobov M. Morphological Analyzer and Generator for Russian and Ukrainian Languages // Analysis of Images, Social Networks and Texts. 2015. P. 320−332.

13. Kotelnikov E., Razova E. and Fishcheva I. A Close Look at Russian Morphological Parsers: Which One Is the Best? // Communications in Computer and Information Science, 2018.

14. Kuzmenko E. Morphological analysis for Russian: integration and comparison of taggers. In: Proceedings of 5th International Conference on Analysis of Images, Social Networks and Texts (AIST-2016). 2016. P. 162–171. URL: https://www.hse.ru/data/2016/06/10/1117658168/morphological-analysis-russian-1.pdf. (дата обращения 16.05.2024).

15. Litvinova T., Seredin P., Litvinova O., and Zagorovskaya O. Differences in type-token ratio and part-of-speech frequencies in male and female Russian written texts // Proceedings of the Workshop on Stylistic Variation. Association for Computational Linguistics. Copenhagen, Denmark, 2017. P. 69–73. URL: https://aclanthology.org/W17-4909.pdf. (дата обращения 16.05.2024).

References

1. Asimov EG, Shchukin AN. New Dictionary of Methodological Terms and Concepts (Theory and Practice of Language Teaching). M., 2009. 448 p. (In Russ.)

2. Vladimirova TE et al. State standard for Russian as a foreign language. Elementary level. St. Petersburg, 2001. 28 p. (In Russ.)

3. Korotyshev AV. «Matrix of adaptation» as a set of techniques for the selection and adaptation of an artistic text in the aspect of RCT. *Mir russkogo slova = The World of Russian Word.* 2014;(1):79-85. (In Russ.)

4. Laposhina AN, Lebedeva MYu. Textometer: an online tool for determining the level of text complexity in Russian as a foreign language. *Rusistika = Russistics.* 2021;19(3):331-345. (In Russ.)

5. Lexical minimum in Russian as a foreign language: elementary level: general knowledge. Ed. by NP Andryushina, TV Kozlova. St. Petersburg, 2012. 79 p. (In Russ.)

6. Linguistic Encyclopedic Dictionary. Ed. by VN Yartseva. M., 1990. 682 p. (In Russ.)

7. Milchin AE, Cheltsova LK. Handbook of publisher and author. Editorial and publishing design of the edition. M., 2003. 800 p. (In Russ.)

8. Nitsenko AV, Shelepov VYu, Bolshakova SA, Ivashko KS. About word substitutions preserving the meaning of the Russian sentence. *Problemy iskusstvennogo intellekta = Problems of Artificial Intelligence.* 2020;1(16):63-74. (In Russ.)

9. Sharafutdinova OI Children's literature at the lessons of RCT: to the problem of adaptation of the art text. Problemy prepodavaniya filologicheskih disciplin inostrannym uchashchimsya = Problems of teaching philological disciplines to foreign students. Voronezh, 2010. P. 115-119. (In Russ.)

10. Akhmetov I, Krassovitskiy A, Ualiyeva I, Gelbukh A, Mussabayev R. Lemmatizer for Russian Language based on Tree Regression Models. Research on computing science 2020. Available from: https://www.

researchgate.net/profile/Iskander-Akhmetov/publication/344473509_An_Open-Source_Lemmatizer_for_Russian_Language_based_on_Tree_Regression_Models/links/5f7af121299bf1b53e0e460a/An-Open-Source-Lemmatizer-for-Russian-Language-based-on-Tree-Regression-Models.pdf.

11. Dereza OV, Kayutenko DA, Fenogenova AS. Automatic morphological analysis for Russian: a comparative study. Proceedings of Student Session of Dialogue-2016. Available from: https://www.dialog-21.ru/media/3473/dereza.pdf.

12. Korobov M. Morphological Analyzer and Generator for Russian andUkrainian Languages // Analysis of Images, Social Networks and Texts, 2015, pp. 320-332. (In Russ.)

13. Kotelnikov E, Razova E and Fishcheva I. A Close Look at Russian Morphological Parsers: Which One Is the Best? Communications in Computer and Information Science, 2018.

14. Kuzmenko E. Morphological analysis for Russian: integration and comparison of taggers. Proceedings of 5th International Conference on Analysis of Images, Social Networks and Texts (AIST-2016), 2016, pp. 162-171. Available from: https://www.hse.ru/data/2016/06/10/1117658168/morphological-analysis-russian-1.pdf.

15. Litvinova T, Seredin P, Litvinova O, and Zagorovskaya O. Differences in type-token ratio and part-of-speech frequencies in male and female Russian written texts. Proceedings of the Workshop on Stylistic Variation, Association for Computational Linguistics. Copenhagen, Denmark, 2017, pp. 69-73. Available from: https://aclanthology.org/W17-4909.pdf.

Информация об авторах

О. Ю. Редькина — кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и литературы.

Т. В. Карпета — кандидат физико-математических наук, доцент кафедры прикладной математики и программирования.

Д. С. Пономарева — магистрант 2 курса по направлению подготовки 45.04.01 Филология.

Д. А. Вершинина — студент 2 курса по направлению подготовки 01.03.02 Прикладная математика и информатика.

Information about the authors

O. Yu. Redkina — Candidate of Philological Sciences, Associate Professor at the Department of Russian Language and Literature.

T. V. Karpeta — Candidate of Physical and Mathematical Sciences, Associate Professor at the Department of Applied Mathematics and Programming.

D. S. Ponomareva —Master of Arts (Philology).

D. A. Vershinina — Master of Science (Mathematics and Informatics).

Статья поступила в редакцию 21.06.2024; одобрена после рецензирования 28.08.2024; принята к публикации 24.09.2024.

The article was submitted 21.06.2024; approved after reviewing 28.08.2024; accepted for publication 24.09.2024.

Вклад авторов: Редькина О. Ю. — систематизация ошибок, подготовка текста публикации. Пономарева Д. С. — обработка адаптированного текста, систематизация ошибок. Карпета Т. В., Вершинина Д. А. — подготовка и проведение адаптации текста, их описание в тексте статьи.
Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: Redkina O. Yu. — systematization of errors, preparation of the publication text. Ponomareva D. S. — processing of the adapted text, systematization of errors. Karpeta T. V., Vershinina D. A. — preparation and implementation of text adaptations, their description in the text of the article.
The authors declare no conflicts of interests.

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 230–237.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):230-237.

Научная статья

УДК 81’25

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-230-237

АВТОМАТИЗАЦИЯ ПЕРЕВОДА В ТЕОРИИ И НА ПРАКТИКЕ: О ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ КОНТЕКСТАХ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ ПЕРЕВОДЧИКА

Ирина Николаевна Ремхе[1✉], **Екатерина Сергеевна Краснопеева**[2]

[1] Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, rilix@mail.ru, 0000-0001-6441-6804

[2] Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, krasnopeyeva@gmail.com, 0000-0002-3503-1849

Аннотация. Приводится краткая характеристика этапов развития средств автоматизированного перевода. Инструментарий различных поколений САТ-систем соотносится с моделями перевода как производственного процесса, описывается влияние широкого социокультурного контекста на свойства технологий перевода. На примере интервью с переводчиками предприятий Челябинской области иллюстрируется предположение о том, что информационно-технологическая среда одновременно может расширять и ограничивать набор возможностей для решения профессиональных переводческих задач. Показано, что включённость переводческой деятельности в предметную деятельность заказчика определяет ряд условий при выборе средств автоматизации перевода. Так, среди ключевых ограничений использования облачных TMS-платформ — требования собственной безопасности предприятий. В числе иных ограничений — специфика форматов и вёрстки исходных документов, не позволяющая в условиях высокой загруженности отделов выполнять дополнительную обработку файлов для обеспечения верной сегментации в САТ-системах, что усложняет использование памяти переводов и автоматической проверки качества. Представлено комплексное понимание модели переводческих компетенций с указанием определённых характеристик: экспертность, самоконтроль, коллаборация, экологичность, которые отражают когнитивный и метакогнитивный компоненты наряду с социо-когнитивным и социо-техническим переводческим взаимодействием. Рассматривается вопрос о трансформации современной модели переводческих компетенций в соответствии с динамикой развития автоматизации перевода и ожиданиями профессионального переводческого сообщества. С учётом специфики нового стандарта EMT (Европейской магистратуры по переводу), российского профстандарта «Специалист в области перевода», а также академических инициатив по модернизации и оптимизации программ подготовки переводчиков, доказывается существенная роль технологического и метакогнитивного компонентов. Определяется необходимость добавления профессионально-этической компетенции использования технологий перевода в процессе реформации интегративной модели переводческих компетенций.

Ключевые слова: автоматизированный перевод, переводоведение, институциональная коммуникация, технологическая компетенция переводчика, технологически опосредованная коммуникация

Финансирование. Исследование выполнено за счёт гранта Российского научного фонда № 23-28-10218, https://rscf.ru/project/23-28-10218/ и Челябинской области в Челябинском государственном университете.

Для цитирования: Ремхе И. Н., Краснопеева Е. С. Автоматизация перевода в теории и на практике: о производственных контекстах и технологической компетенции переводчика // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 230–237. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-230-237.

© Ремхе И. Н., Краснопеева Е. С., 2024

Original article

THEORY AND PRACTICE OF TRANSLATION AUTOMATION: ON THE PRODUCTION CONTEXTS AND TRANSLATOR'S TECHNOLOGICAL COMPETENCE

Irina N. Remkhe[1]✉, **Ekaterina S. Krasnopeyeva**[2]

[1] Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, rilix@mail.ru, 000-0001-6441-6804

[2] Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, krasnopeyeva@gmail.com, 0000-0002-3503-1849

Abstract. The first part of the article presents a brief overview of the evolution of computer-aided translation tools. Different generations of CAT-tools are considered in relation to translation production models within a broader socio-cultural context. Based on the interviews with in-house translators from seven Chelyabinsk region companies, we illustrate the idea that the technological environment can simultaneously expand and limit the set of solutions for solving professional translation tasks. In the reviewed cases, networked nature and situatedness of translation within the larger socio-technical contexts establishes a series of constraints for implementing certain translation automation solutions. For example, the adoption of cloud TMS-platforms and on-premise platform solutions may be limited by the company security policies. In other cases, formatting and layout of company specific source documents coupled with the high workload of the in-house translation departments may make processing of the files in a CAT-tool a challenging task, and therefore limit TM and automatic QA use. The second part of the article presents a comprehensive look at the translator competence model incorporating such components as translator expertise, self-control, collaboration, and environmental task awareness. These reflect cognitive, metacognitive, socio-cognitive and socio-technical aspects of translator interaction in light of the situated view of cognition. Given the new European Master's in Translation Competence Framework, the Russian "Specialist in the field of translation" professional standard, and a variety of academic efforts to modernize translation education, it is clear that technological and metacognitive components have gained significance in the recent years. The competence model is evolving to meet the needs of a changing industry and professional communities. The proposed integrative model establishes professional and ethical dimensions inherent to translation automation as an integral part of the translator competence framework.

Keywords: computer aided translation, translation studies, institutional communication, technologically mediated communication, translator's technological competence

Funding. This study was funded by the Russian Science Foundation, Grant No. 23-28-10218, https://rscf.ru/en/project/23-28-10218/ and the Chelyabinsk Region of the Russian Federation and was carried out at Chelyabinsk State University.

For citation: Remkhe IN, Krasnopeyeva ES. Theory and practice of translation automation: on the production contexts and translator's technological competence. *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;(8(490): 230-237. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-230-237.

Введение

Современные тенденции автоматизации перевода невозможны в отрыве от концепции Индустрии 5.0, ключевым ориентиром которой является развитие человеческого творческого потенциала и благополучия посредством технологий. В терминах экономических наук, «в Индустрии 5.0 инициативы, ориентированные на ценности и человека, накладываются на технологические преобразования Индустрии 4.0, чтобы создать более бесшовное взаимодействие между людьми и машинами» [1, с. 20]. Ключевым понятием становится «экологичность» взаимодействия двух миров, а во главу угла ставится достижение эффективности механизации на основе осмысленного взаимодействия. Подобная технологичность «с человеческим лицом» несомненно сказывается на всех отраслях человеческой деятельности, включая переводческую.

В 2012 г. Ш. О'Брайен предложила взглянуть на перевод как на разновидность человеко-машинного взаимодействия и деятельность, во многом определяемую технологическими решениями (*dependent on computer resources*) [13, с. 103] (здесь и далее перевод наш. — ***Прим. авт.***). На сегодняшний день в условиях различных производственных процессов выбор средств автоматизации перевода может осуществляться как самим переводчиком — экспертом, так и другими акторами, преследующими собственные интересы. Соответственно, одной из актуальных задач становится увеличение количества дескриптивных исследований социотехнических контекстов, условий переводческой деятельности, а также

анализ на их основании трансформации содержания переводческих компетенций.

В данной статье мы приводим краткую характеристику этапов развития автоматизации перевода и на примере интервью с переводчиками предприятий Челябинской области рассуждаем о том, как информационно-технологическая среда одновременно может расширять и ограничивать набор возможностей для решения профессиональных переводческих задач. Приводится анализ места технологических и метакогнитивных компонентов современных матриц переводческих компетенций и выявляется необходимость пересмотра компетентностной модели переводчика в условиях технологической среды переводческой индустрии.

Инструменты автоматизации перевода: история и контексты использования

Современная «индустрия перевода неоднородна, масштаб использования технологических решений различен, при этом САТ-программы находят применение в производственных цепочках переводческих компаний практически повсеместно» [15, с. 931]. Как отмечает Б. Эсселинк, историю развития средств автоматизации перевода можно проследить от отдельных десктопных продуктов до современных решений SaaS (software-as-a-service) — программного обеспечения (ПО) как услуги [6]. Выделяются следующие поколения: 1) программы, требующие установки на локальный компьютер (начало 1990-х гг.); 2) серверные решения (конец 1990-х гг., с появлением необходимости локализации ПО); 3) платформы для коллективной работы (начало 2010- х гг.); 4) системы управления переводами (конец 2010-х гг.); 5) облачные платформы, в том числе ориентированные на задачи бизнеса — переводческих компаний (2010-е гг. — настоящее время) [6, с. 110–111; 16].

Д. Фоларон предлагает взглянуть на историю технологий перевода через призму дискурсивного, лингвистического и социотехнического аспектов [7, с. 205–208]. Так, развитие первых технологических решений было обусловлено включённостью практики перевода в процессы трансфера (научно-) технологического знания [7, с. 206]. Лингвистические особенности перевода различных жанров научно-технической литературы широко описаны: именно для решения задач повышения точности перевода терминологии, соблюдения единообразия формулировок внутри проектов и объёмных документов создавалось первое поколение средств автоматизации перевода. Как известно, идея создания программы для повторного использования переводов разрабатывалась в 1960-е гг. по инициативе Европейского объединения горнодобывающих и металлургических компаний (European Coal and Steel Community) [16, с. 56].

Первые серверные решения для выполнения коллективной работы внутри переводческих служб организаций можно соотнести с «горизонтальной» моделью производства перевода, описанной в [5]. В данной модели заказчик — представитель организации — является инициатором перевода и взаимодействует с переводчиком напрямую. Заказчик понимает задачи переводчика и даёт ему возможность реализовать свои задачи как эксперта, благодаря чему переводчик обладает значительным символическим капиталом, его видимость и значимость в процессе достаточно высока [5, с. 677].

Появление нового поколения платформ для управления переводческими проектами связывают с расширением набора форматов, требующих перевода (локализация ПО, мультимедиа и пр.), а также с появлением «вертикальной» модели производства. В данной модели заказчик и инициатор перевода — разные агенты; переводчик и заказчик находятся в производственной цепочке на значительном удалении: они разделены одним или несколькими посредниками (в виде отдельных лиц, компаний и сегодня, вероятно, онлайн-платформ), преследующими собственные интересы [5, с. 677]. В такой ситуации «переводческие компании превращаются в поставщиков услуг по управлению процессом и качеством перевода, а задачи по созданию текста перевода оказываются делегированными удалённым работникам» [6, с. 109]. Статус переводчика-исполнителя в такой модели периферийный; выбор технологий зачастую диктуется работодателем; переводчику сложнее реализовать свою задачу как эксперта (в особенности, если для больших, географически распределённых команд не составляется прозрачное переводческое задание; а также, если задача заказчика решается в цепочке, где переводчик не обладает достаточным уровнем подготовки) [4; 5]. Соответственно, качество перевода во многом будет зависеть от политики переводческой компании и грамотного управления ресурсами (если понимать качественный перевод функционально, как перевод, способный решить задачи заказчика).

На современном этапе большинство коммерческих САТ-систем, так или иначе, содержат модуль управления проектами, именно поэтому, вероятно, в англоязычных материалах обозначе-

ние TMS постепенно приходит на смену термину CAT-tool точно так же, как несколько десятилетий назад термин CAT-tool заменил обозначения TM-editor и TMS, где TM — *translation memory*, а не *translation management*. Такая трансформация наименований в глобальном поле отражает расширение функциональных возможностей профессионального переводческого ПО.

Сегодня TMS-платформы — комплексные программные решения, которые обеспечивают эффективность работы переводчика. В качестве ключевых компонентов TMS аналитики Nimdzi выделяют инструментарий для работы с двуязычным файлом (*bilingual translation environment*), модули памяти переводов, управления терминологией, управления проектами и качеством перевода, а также в качестве необязательного модуля — машинный перевод.

Несмотря на то, что функционал современных систем действительно широк, как показал опрос Slator Toolbox, около 30 % переводчиков считают, что используют лишь половину всех возможностей технологических решений, около 40 % — менее половины, примерно 20 % не могут оценить, насколько полно они задействуют функционал используемой системы. По данным опроса CSA Research, в большей части проектов используют: память переводов — 66 % опрошенных; инструменты контроля качества — 60 %; модуль управления терминологией — 48 %; системы управления переводом — 28 %; машинный перевод — 22 %.

Соответственно, CAT/TMS-платформы, с одной стороны, обладают значительным потенциалом для создания среды, повышающей эффективность работы переводчика или целой команды, с другой — встраиваются в уже существующую социотехническую структуру, накладывающую на их использование определённый набор ограничений.

Проведённая нами в 2022–2023 гг. серия интервью с переводчиками семи предприятий Челябинской области [2] показала, что в изученных контекстах корпоративные переводческие службы работают по первому «горизонтальному» типу производственных моделей, описанных в [5], хотя в двух из семи организаций для решения отдельных задач привлекаются фрилансеры.

У штатных переводчиков в целом есть возможность выносить на обсуждение предложения по выбору средств автоматизации перевода для оптимизации работы отдела. Технологические и организационные новации в рабочем процессе, инициированные самими переводчиками — одно из значимых наблюдений в корпусе интервью. Систематизируя реализованные (и не реализованные) по запросу переводчиков решения, мы можем рассуждать о роли переводчика — агента в социотехнической сети предприятия, а также о влиянии на собственно процесс перевода широкого набора экстралингвистических условий. Так, в двух из семи изученных контекстов CAT/TMS-платформы не используются, в двух используются для решения ограниченного набора задач и в трёх используются активно, помогая отделу выстраивать производственный процесс.

Ключевые ограничения, с которым переводчикам приходится сталкиваться при формировании профессиональной «цифровой сборки» — это требования собственной безопасности предприятия, ограничивающие возможности использования онлайн-сервисов для коллективной работы и обмена информацией. Существенным ограничением можно назвать также свойства файловых форматов и собственно документов, используемых в производственной цепочке. Часть поступающих исходных документов требует значительной обработки перед сегментацией, что в условиях высокой загруженности отделов не позволяет эффективно использовать возможности CAT-системы, в том числе в части накопления баз памяти переводов и автоматического контроля качества.

Ряд сложностей, связанных с организацией коллективной работы и обменом данными, может преодолеваться при интеграции российских *on-premise* решений, которые начали активное развитие в последние годы. Как отмечает Ирина Рыбникова, руководитель департамента информационной поддержки российской компании в области информационной безопасности, «[“смотр активов” российских программных средств автоматизации перевода] ...на повестке у всех компаний, которые хоть как-то связаны с переводом. До конца [2022] года — активное время принятия решений, в том числе стратегических: разрабатывать своё, тестировать пилоты, уже представленные на рынке, смотреть, кто из западных компаний ещё не ушел и готов продолжать работать».

На основе данных интервью можно предположить, что поиск, согласование возможностей интеграции и собственно освоение новых решений в большинстве рассмотренных нами контекстов будет инициироваться в штатных отделах переводов самими переводчиками — экспертами.

Технологическая компетенция переводчика в свете требований индустрии

Если посмотреть на переводческую деятельность сквозь призму требований, предъявляемых в условиях современных переводческих реалий, то можно выделить ряд основных характеристик, определяющих суть многомерности переводческого пространства и возможностей переводчика, которые закладывают основу интегративной модели переводческой компетентности в эпоху индустрии 5.0:

1. Экспертность (когнитивный компонент).
2. Самоконтроль (метакогнитивные компетенции).
3. Коллаборация (социо-когнитивное взаимодействие).
4. Экологичность (социотехнический компонент).

Профессиональные компетенции переводчика предполагают осознание переводческой задачи, понимание цели перевода и требований профстандарта в рамках той роли, которую переводчик выполняет как эксперт в своей области.

К примеру, в стандарте EMT (Европейской магистратуры по переводу) в качестве образовательного результата предлагается перечень компетенций в виде требований к выпускникам в соответствии с канонами международной практики переводческой отрасли. Предлагается описание важных составляющих общей профессиональной компетенции переводчика, включая языковую компетенцию, межкультурное взаимодействие, обработку и анализ больших объемов данных, технологическую компетенцию и экспертность. Данный документ всё чаще рассматривается не просто как перечень, а как когнитивный механизм, отражающий динамику, синхронию и функциональную целостность [18, с. 314]. В последней версии стандарта EMT отчетливо прослеживается ориентация в сторону технологичности и более чётко выраженного метакогнитивного компонента в переводческой деятельности.

Метакогнитивные компетенции переводчика представляют собой понимание и контроль над собственными переводческими процессами. Метакогниция включает способность переводчика осознавать свои сильные и слабые стороны в процессе перевода, а также умение применять стратегии самоконтроля, саморегуляции и оценки качества перевода. Наличие развитого метакогнитивного компонента позволяет переводчику лучше понимать свои собственные ошибки, анализировать их причины и находить способы их исправления, что в итоге способствует повышению качества перевода [11].

При описании переводческого процесса в формате переводческого проекта, который подразумевает человеко-машинное взаимодействие, актуальным остается социо-когнитивный подход (см., например, [17]), дополненный термином «сетевое пространство переводчика», что «расширяет концепцию “человек — среда” в сторону организационно-деятельностных решений переводческой коммуникации, а также оптимизации динамических процессов, регулирующих работу переводчика в группе, в команде» [3, с. 74].

Понимание переводческого проекта как «ситуативно обусловленной экосистемы коммуникации», функционирующей в формате «человек — сетевое пространство», позволяет представить его в виде матрично-сетевой модели, отражающей специфику оперативных процессов и векторов взаимодействия [3, с. 75]. Таким образом, экологичность в переводе рассматривается в условиях организационно-сетевого коммуникативного и социотехнического пространства работы переводчика в рабочей подгруппе с учётом формирования связей и взаимодействия между участниками переводческого проекта и при использовании технических средств. Данный подход приводит к возникновению триады «человек — машина — среда», в которой доминантную функцию, как было указано выше, выполняют технологии автоматизации.

Человеко-машинное взаимодействие в условиях рынка переводческих услуг, как особой сетевой среды, регулируется специальными нормативными документами, среди которых — норматив качества перевода (ISO 17100: Translation services — Requirements for translation services), регламентирующий работу поставщиков услуг перевода (translation service provider, TSP). В продолжение европейского стандарта EN 15038, стандарт ISO 17100 качественно дополняет систему менеджмента переводческих услуг, в том числе в части квалификации сотрудников, технического оснащения и защиты данных.

В условиях социо-технического пространства переводчика естественным образом затрагивается вопрос критической оценки средств автоматизации перевода при отсылке к проблемам безопасности и соблюдения этики перевода [12]. Формируется новое понимание модели современной матрицы переводческих компетенций, в которой фактические, концептуальные и процедурные знания и умения в сочетании с метакогнитивными стратегиями анализа и синтеза дополняются не только технологическими компетенциями, но и этикой использования

переводческих инструментов. Данный аспект всё чаще рассматривается в научной литературе преимущественно у зарубежных авторов. Под этикой в контексте переводческой деятельности понимается осознанность в выборе технических средств и принятии решений при их использовании (см. *"Ethics is a growing area of interest in technology in general, as technology becomes an increasingly integral part of all of our lives and many regions move towards ubiquitous computing. We need to be aware of the impact of the choices we make when we design, implement, or use technology"* [12, с. 124]). Обсуждаются проблемы этики перевода в разрезе устойчивого развития и проявления «голоса переводчика» (translator's "voice") [8; 10]; этики использования искусственного интеллекта, а также гуманистический аспект уважения личности и точности передачи информации в кризисных ситуациях [9].

Данное направление нуждается в более глубоком изучении. Актуальность вопросов этичного поведения переводчика при использовании автоматизированных инструментов позволяет рассматривать этическую компетенцию в качестве одного из обязательных элементов в матрице переводческих компетенций и наделить её всеми указанными ранее характеристиками. В упрощённом виде этический аспект технологической компетенции предполагает учёт фактического и процедурного знания о возможностях различного рода платформенных решений и приложений, глубокого понимания их функционала (когнитивный компонент); критическое отношение к выбору используемых автоматизированных средств (метакогнитивный компонент); специфику социальных факторов, экологичность взаимодействия между агентами при использовании переводческих инструментов (социо-когнитивный компонент); вопросы защиты данных и безопасности, а также получение равного доступа к переводческим ресурсам (социо-технический компонент).

Заключение

На современном этапе технологии стоит принять в качестве неотъемлемого компонента всех видов переводческой деятельности: технологии формируют *систему координат*, позволяющую по-новому взглянуть на коммуникативные, функциональные, деятельностные и когнитивные аспекты перевода, — заключает Ш. О'Брайен, возвращаясь спустя десятилетие к своему рассуждению о переводе как человеко-машинном взаимодействии [14, с. 100]. Неслучайно при характеристике рабочего места переводчика как исследователи, так и практики всё чаще обращаются к метафорам пространства, среды, экосистемы, подчёркивающим технологическую опосредованность переводческой деятельности. Например, в англоязычном профессиональном дискурсе распространение получил термин *Translation Environment Toolkits* (TEnTs), предложенный Й. Цетше в 2008 г. для описания инструментария «среды» для эффективной работы специалиста (*"As the name suggests, these TEnTs provide translators with an environment that allows them to work productively"*).

Сегодня исследования автоматизации перевода требуют комплексного рассмотрения программных решений на местах, их роли в сети взаимодействующих субъектов, а также анализа эффективности и этичности их применения. Нерешённой при этом остаётся задача теоретико-методологических оснований для сравнения отдельных социотехнических контекстов [15]. Как отмечает М. О'Хэган, именно первая матрица компетенций EMT в 2009 г. стала одним из ранних примеров теоретической рамки для осмысления включённости технологий в переводческую деятельность [15, с. 933].

Предложенная в данной работе интегративная модель переводческих компетенций индустрии 5.0, акцентирующая внимание на таких характеристиках, как экспертность, самоконтроль, коллаборация и экологичность переводческого взаимодействия, подчёркивает функциональную целостность переводчика-человека и сетевой среды при решении профессиональных задач, и помогает выйти на уровень осмысления распределённого, воплощённого характера когниции переводчика.

В заключение отметим: переводческая деятельность в условиях организаций требует профессиональной гибкости, умения подстраиваться под задачи заказчика и работать эффективно в различных ситуациях, с различными требованиями и исходными текстами, в условиях различного уровня возможностей автоматизации [17] — это наблюдение европейских коллег, как показывает наше исследование, оказывается универсальным. Некоторые частные результаты дескриптивного исследования интервью с переводчиками предприятий Челябинской области, представленные в данной работе, позволяют подчеркнуть разнообразие возможностей и ограничений при выборе средств автоматизации и указывают на активную роль социотехнической среды в формировании свойств перевода — производственного процесса и экспертной деятельности.

Список источников

1. Бабкин А. В., Шкарупета Е. В. Цифровые интеллектуальные промышленные экосистемы Индустрии 5.0. СПб.: Политех-пресс, 2023. 167 с.

2. Краснопеева Е. С., Краева С. С. Сетевая природа переводческой констелляции (на примере отдела переводов регионального коммерческого предприятия) // Научный диалог. 2023. Т. 12. № 8. С. 156–178. DOI:10.24224/2227-1295-2023-12-8-156-178.

3. Ремхе И. Н. Матрично-сетевое моделирование переводческой коммуникации с позиции экотранслатологии // Научный диалог. 2024. Т. 13. № 3. С. 72–88. DOI:10.24224/2227-1295-2024-13-3-72-88

4. Abdallah K. Quality Problems in AVT Production Networks: Reconstructing an Actor-network in the Subtitling Industry // Audiovisual Translation in Close-up: Practical and Theoretical Approaches. Bern: Peter Lang, 2011. P. 173–186.

5. Abdallah K., Koskinen K. Managing trust: Translating and the network economy // Meta. 2007. Vol. 52. No. 4. P. 673–687.

6. Esselink B. Multinational language service provider as user // The Routledge Handbook of Translation and Technology. London : Routledge, 2019. P. 109–126.

7. Folaron D. Technology, technical translation and localization // The Routledge Handbook of Translation and Technology. London : Routledge, 2019. P. 203–219.

8. Greenall A. K., Alvstad C., Jansen H., Taivalkoski-Shilov K. Introduction: Voice, Ethics and Translation // Perspectives. 2019. № 27 (5). P. 639–647.

9. Hunt M., O'Brien S., Cadwell P., O'Mathúna D. P. Ethics at the intersection of crisis translation and humanitarian innovation // Journal of Humanitarian Affairs. 2019. № 1. P. 23–32.

10. Kenny D., Moorkens D., do Carmo F. Fair MT: Towards ethical, sustainable machine translation //Translation Spaces. 2020. № 9. P. 1–11.

11. Mellinger C. D. Metacognition and self-assessment in specialized translation education: task awareness and metacognitive bundling // Perspectives. 2019. № 27 (4). P. 604–621. DOI:10.1080/0907676X.2019.1566390.

12. Moorkens J. Ethics and Machine Translation // Machine translation for everyone: Empowering users in the age of artificial intelligence. Berlin: Language Science Press, 2022. P. 121–140. DOI:10.5281/zenodo

13. O'Brien S. Translation as human–computer interaction // Translation Spaces. 2012. Vol. 1 No. 1. P. 101–122.

14. O'Brien S. Translation Technology — The Dark Horse of Translation? // 50 Years Later. What Have We Learnt after Holmes (1972) and Where Are We Now? Las Palmas de Gran Canaria : Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, 2022. P. 93–104.

15. O'Hagan M. Massively Open Translation: Unpacking the Relationship Between Technology and Translation in the 21st Century // International Journal of Communication. 2016. Vol. 8. P. 929–946.

16. Reinke U. State of the art in Translation Memory Technology // Language technologies for a multilingual Europe: TC3 III. Berlin: Language Science Press, 2018. P. 55– 84.

17. Schlager D., Risku H. What does it take to be a good in-house translator? Constructs of expertise in the workplace // The Journal of Specialised Translation. 2024. Vol. 42. P. 2–19.

18. Taebi E., Mousavi Razavi M. S. Towards a CPD Framework of Reference for the Translation Profession // Lebende Sprachen. 2020. Vol. 65. № 2. P. 303–326. DOI:10.1515/les-2020-0014

References

1. Babkin AV, Shkarupeta EV. Cifrovye intellektual'nye promyshlennye jekosistemy Industrii 5.0. = Industry 5.0 digital intellectual industrial ecosystems. SPb.: Politeh-press, 2023. (In Russ.).

2. Krasnopeyeva ES, Kraeva SS. Setevaja priroda perevodcheskoj konstelljacii (na primere otdela perevodov regional'nogo kommercheskogo predprijatija) = Network Nature of Translation Constellations: Translation Department at a Regional Commercial Enterprise. *Nauchnyi dialog.* 2023;12(8):156-178. DOI:10.24224/2227-1295-2023-12-8-156-178 (In Russ.).

3. Remkhe IN. Matrichno-setevoe modelirovanie perevodcheskoj kommunikacii s pozicii jekotranslatologii = Matrix-Network Modeling of Translation Communication from Perspective of Eco-Translatology. Nauchnyi dialog. 2024;13(3):72-88. DOI:10.24224/2227-1295-2024-13-3-72-88 (In Russ.).

4. Abdallah K. Quality Problems in AVT Production Networks: Reconstructing an Actor-network in the Subtitling Industry. In: Audiovisual Translation in Close-up: Practical and Theoretical Approaches. Bern: Peter Lang; 2011. Pp. 173-186.

5. Abdallah K, Koskinen K. Managing trust: Translating and the network economy. *Meta*. 2007;52(4):673-687.

6. Esselink B. Multinational language service provider as user. In: The Routledge Handbook of Translation and Technology. London : Routledge; 2019. Pp. 109-126.

7. Folaron D. Technology, technical translation and localization. In: The Routledge Handbook of Translation and Technology. London : Routledge; 2019. Pp. 203-219.

8. Greenall AK, Alvstad C, Jansen H, Taivalkoski-Shilov K. Introduction: Voice, Ethics and Translation. *Perspectives*. 2019;(27(5):639-647.

9. Hunt M, O'Brien S, Cadwell P, O'Mathúna DP. Ethics at the intersection of crisis translation and humanitarian innovation. *Journal of Humanitarian Affairs.* 2019;1:23-32.

10. Kenny D, Moorkens D., do Carmo F. Fair MT: Towards ethical, sustainable machine translation. *Translation Spaces.* 2020;(9):1-11.

11. Mellinger CD. Metacognition and self-assessment in specialized translation education: task awareness and metacognitive bundling. *Perspectives*. 2019;27(4):604-621. DOI:10.1080/0907676X.2019.1566390.

12. Moorkens J. Ethics and Machine Translation. In: Machine translation for everyone: Empowering users in the age of artificial intelligence. Berlin: Language Science Press; 2022. Pp. 121-140. DOI:10.5281/zenodo

13. O'Brien S. Translation as human–computer interaction. *Translation Spaces.* 2012;1(1):101-122.

14. O'Brien S. Translation Technology — The Dark Horse of Translation? In: 50 Years Later. What Have We Learnt after Holmes (1972) and Where Are We Now? Las Palmas de Gran Canaria : Universidad de Las Palmas de Gran Canaria; 2022. Pp. 93-104.

15. O'Hagan M. Massively Open Translation: Unpacking the Relationship Between Technology and Translation in the 21st Century. *International Journal of Communication.* 2016;8:929-946.

16. Reinke U. State of the art in Translation Memory Technology. In: Language technologies for a multilingual Europe: TC3 III. Berlin: Language Science Press; 2018. Pp. 55-84.

17. Schlager D, Risku H. What does it take to be a good in-house translator? Constructs of expertise in the workplace. *The Journal of Specialised Translation.* 2024;42:2-19.

18. Taebi E, Mousavi Razavi MS. Towards a CPD Framework of Reference for the Translation Profession. *Lebende Sprachen.* 2020;65(2):303-326. DOI:10.1515/les-2020-0014.

Информация об авторах

И. Н. Ремхе — доктор филологических наук, доцент, доцент кафедры теории и практики перевода, старший научный сотрудник лаборатории современного переводоведения и инновационных технологий перевода.

Е. С. Краснопеева — кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики перевода, старший научный сотрудник лаборатории современного переводоведения и инновационных технологий перевода.

Information about the authors

I. N. Remkhe — Doctor of Philology Sciences, Associate Professor at the Department of Theory and Practice of Translation; Senior Researcher at the Academic Laboratory for Modern Translation Studies and Innovation in Translation Technology.

E. S. Krasnopeyeva — Candidate of Philological Sciences, Associate Professor at the Department of Theory and Practice of Translation; Senior Researcher at the Academic Laboratory for Modern Translation Studies and Innovation in Translation Technology.

Статья поступила в редакцию 29.08.2024; одобрена после рецензирования 22.09.2024; принята к публикации 24.09.2024.

The article was submitted 29.08.2024; approved after reviewing 22.09.2024; accepted for publication 24.09.2024.

Вклад авторов: 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.

ЭТНОКУЛЬТУРОЛОГИЯ, ЭТНОНИМИКА, ЯЗЫКОВЫЕ КОНТАКТЫ И ЯЗЫКОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ
ETHNOCULTUROLOGY, ETHNONYMY, LANGUAGE CONTACTS AND LANGUAGE PLANNING

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 238–247.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):238-247.

Научная статья

УДК 81

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-238-247

ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ СУБСТРАТНОЙ ТОПОНИМИИ ВОСТОЧНОГО ЗАБАЙКАЛЬЯ

Раиса Гандыбаловна Жамсаранова

Забайкальский государственный университет, Чита, Россия, rebeca_zab@mail.ru, 0000-0002-1275-6396

Аннотация. Топонимия Восточного Забайкалья отличается наличием выявленного и описанного состояния топонимических субстратных пластов, связанных, в том числе, и с дагурским субстратом. При описании дагуроязычных топонимов в топонимии Восточного Забайкалья, акцентируется исследовательское внимание на информацию этнокультурного происхождения, а именно, о наличии городков /городищ по данным региональной топонимики. Задачами частного характера являются попытки описания историко-этнографической специфики дагурских топонимов. В этом плане мы связываем как значение изучаемых топонимов с историческими реалиями, так и «реконструируя» историческое прошлое народностей исторической Даурии посредством топонимики, начиная с понятий «Даурия», «Селенгинская Даурия», «Нерчинская Даурия». Во-первых, даны этимологии ряда ойконимов, которые в лексико-семантическом отношении непосредственно связаны с именованием поселений из лексики дагурского языка — торс ‘деревня, селение, село’ и «оставшихся» в наименовании тарас(ы) в работах историков и археологов; котун ‘город’ в дагурском языке вообще. Данный апеллятив дагурского языка является апеллятивом общемонгольского происхождения, имея параллели во всех монгольских языках: хот ‘I 1) город. 2) хотон, группа юрт. 3) стойбище; загон для скота’ /монг./; хото I ‘город’ /бур./. Во-вторых, введены в научный оборот как документы архивного происхождения, свидетельствующие о разного рода морфологических перестройках ойконимов, так и информация, представляющая этнокультурную специфику и краеведческую ценность топонимов. В-третьих, результаты описания ряда ойконимов, номинативно связанных в лексико-семантическом отношении с дагуроязычными именованиями укреплённых фортификаций или «городков», раскрывают неоднозначность понимания т. н. кочевой цивилизации, имевшей в своей многовековой практике как города, так и фортификационные сооружения.

Ключевые слова: дагурская топонимика, Восточное Забайкалье, укреплённые сооружения, дагурские «городки»

Благодарности. Исследование выполнено в рамках и при финансовой поддержке гранта РНФ № 24-28-20067 «Нарративы исторической Даурии как содержательный компонент туристического кластера Забайкальского края».

Для цитирования: Жамсаранова Р. Г. Этнокультурный аспект субстратной топонимии Восточного Забайкалья // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 238–247. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-238-247.

© Жамсаранова Р. Г., 2024

Original article

ETHNOCULTURAL ASPECT OF SUBSTRATE TOPONYMY OF EASTERN TRANSBAIKALIA

Raisa G. Zhamsaranova

State University of Transbaikalia, Chita, Russia, rebeca_zab@mail.ru, 0000-0002-1275-6396

Abstract. The toponymy of Eastern Transbaikalia is distinguished by the presence of an identified and described state of toponymic substrate layers, associated, among other things, with the Dagur substrate. When describing Dagur-language toponyms in the toponymy of Eastern Transbaikalia, research attention is focused on information of ethnocultural origin, namely, the presence of towns/fortifications according to the results of the regional toponymy. Tasks of a particular nature are attempts to describe the historical and ethnographic aspects of Dagur toponyms, thereby connecting both the meaning of the studied toponyms with historical realities, and a kind of "reconstruction" of the historical past of the peoples of historical Dauria through toponymy, starting with the concept of "Dauria". In this regard, we connect both the meaning of the studied toponyms with historical realities, and by "reconstructing" the historical past of the peoples of historical Dauria through toponymy, starting with the concepts of "Dauria", "Selenga Dauria", "Nerchinsk Dauria". Firstly, the etymologies of a number of oikonyms have been given, which in lexico-semantic terms are directly related to the naming of settlements from the vocabulary of the Dagur language - tors 'village, village' and "remaining" in the name Taras(s) in the works of historians and archaeologists; kotun 'city' in the Dagur language in general. This appellative of the Dagur language is an appellative of common Mongolian origin, having parallels in all Mongolian languages: hot 'I 1) city. 2) khoton, a group of yurts. 3) camp; cattle yard' /Mong./; khoto I 'city' /Bur./. Secondly, both documents of archival origin, indicating various kinds of morphological rearrangements of oikonyms, and information representing the ethnocultural specificity and local history value of toponyms introduced into scientific circulation. Thirdly, the results of the description of a number of oikonyms, nominatively related in lexico-semantic terms to the Dagur-language names of fortified fortifications or "towns", reveal the ambiguity of understanding the so-called a "nomadic civilization" that had both cities and fortifications in its centuries-old practice.

Keywords: Dagur toponymy, Eastern Transbaikalia, fortified constructions, Dagur "towns"

Acknowledgments. The article is written with the financial support of the Russian Science Foundation grant No. 24-28-20067 "Narratives of historical Dauria as a meaningful component of the tourism cluster of the Trans-Baikal Territory"

For citation: Zhamsaranova RG. Ethnocultural aspect of substrate toponymy of Eastern Transbaikalia. *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;(8(490):238-247. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-238-247.

Введение

Статья посвящена описанию дагурских (даурских) топонимов как ономастических артефактов, содержащих ценный этнокультурный компонент, связанный с именованиями укреплённых городищ, известных как «даурские городки». Ценность этого компонента связана с историко-политическими событиями почти 800-летней давности, происходившими на исследуемой территории, известной как «историческая Даурия».

Условно в историографии историческую Даурию подразделяют на «Нерчинскую Даурию» и «Селенгинскую Даурию», что связано, по всей видимости, с административно-территориальным делением данной территории как «Даурия» на Республику Бурятия и Забайкальский край в современном состоянии. Топонимическими «маркерами» этого деления явились не только гидронимы Нерча и Селенга, но и такое понятие как «Нерчинский уезд XVII–XIX вв.». Полагаем, что ареально т. н. Нерчинская Даурия понималась гораздо объёмнее, включая не только центральные и северо-восточные районы Восточного Забайкалья, но и современные северно-западные территории сопредельного Китая (Маньчжурию) и Монголии. Согласно исследованиям российских историков в т. н. Нерчинскую Даурию входило ареально и Приморье, включая бассейны рек Амур и Сунгари.

Вся эта территория именовалась в Отписках русских казаков «Даурской землицей» или попросту «в Дауры». Полагают, что название «новой землице» было дано по «прозванию» народа дауры. По мнению краеведа В. Ф. Балабанова «первые сведения о Даурии появляются в первой половине семнадцатого века» [Балабанов, 2003, с. 21]. О даурском князце Ботоге сообщал якутский воевода П. П. Головин, упоминая в «Отписке» о многих «даурских конных людях». Были сообщения о «доурском князце Лавкае

со товарищи», которые «плавят серебро, и руды серебряные много. И то серебро расходитца по многим волостям и по улусам в продаже, а продают серебро на соболи. А соболи у них на Шилке реке покупают китайские люди на камки и всякие товары» [там же, с.21]. В. Ф. Балабанов полагает, что именно в текстах «Отписок» служивых казаков Бекетова эти земли за Байкалом были впервые упомянуты как «земли Даурские» [Балабанов, 2003, с. 67]. Со временем это именование прочно вошло в тексты разных документов, к примеру, «Наказ Афанасью Филипповичу Пашкову на воеводство в Даурской земле». Данный документ датирован 1655 г. в документах Сибирского приказа [там же, с. 67].

Таким образом, извлечения из письменных архивных документов, приведённые в книге В. Ф. Балабанова «История земли Даурской», дают основание предполагать об «исчезнувшем» народе — даурах. Последние результаты забайкальской ономастики позволяют предполагать о естественном дагуроязычном топонимическом субстрате в топонимии Восточного Забайкалья. Ранее мы уже описывали дагурские топонимы внутри обширного монголоязычного топонимического субстрата [Жамсаранова, 2023, с. 121– 126].

В настоящее время дауры, как один из монголоязычных народов, проживают на территории Маньчжурии, северо-запада Китайской Народной Республики. «Исчезновение» дауров как народности в пределах Нерчинской Даурии обусловлено, по-видимому, историко-политическими обстоятельствами. И в этом плане нельзя исключать т. н. «наказа» от верховных властных структур царской России, когда именно в период разграничения границ между Российской империи и империей Цинь (Маньчжурией) и появились наименования автохтонного населения как «тунгусы» («нерчинские») и «инородцы» (буряты).

Первым и законодательно утвержденным официальным документом, согласно пунктам которого и проходило разграничение границ между Россией и государством Цин (Цинь), считается Буринский договор. Известно, что «Бури́нский договóр (Буринский трактат) — это договор о разграничении, заключённый между Российской империей и империей Цин 20 (31) августа 1727 г. Был подготовлен в период Посольства в Китай (1725–1728) и подписан после переговоров в пограничном районе на реке Буре российским послом С. Л. Рагузинским-Владиславичем и уполномоченными правительства Цинской империи».

Однако по факту Буринский договор являлся дополнительным к Нерчинскому договору за 1689 г. Буринский договор имел уточняющий характер по определению тех спорных участков, которые были упущены Нерчинским договором от 1689 г. В итоге, российско-китайская граница была определена к западу от реки Аргунь до перевала Шабин-Дабат (Западные Саяны) согласно Буринскому договору, представляющим более легитимный документ по сравнению с Нерчинским. Позднее, уже в 1727 г., эти границы были окончательно закреплены Кяхтинским договором, и основанием послужили дополнительные условия Буринского договора.

Следует отдать должное чиновнику царской России С. Л. Рагузинскому-Владиславичу, которому удалось избежать притязаний маньчжурской стороны на территории, населёнными уже российскими подданными — нерчинскими тунгусами и инородцами-бурятами. Согласно его политике, разграничение границ проходило по принципу т. н. «породных земель» («каждый владеет тем, чем владеет теперь»), когда родовые земли, на которых обитали будущие ясачные царской России, и становились автоматически землями уже нового государства — российской империи. Видимо, по этой причине в ревизиях за 1816, 1823, 1830–1831 и 1857–1858 гг. по сбору ясака не встречаются название племени или рода как «дауры».

В этом аспекте по-своему любопытны метания предводителя т. н. «тунгусского» населения под предводительством Гантимура, который в итоге принял российское подданство, титул князя, закрепив, таким образом, свои т. н. «породные земли» на территориях в пределах исторической Даурии, а именно Нерчинской Даурии. В разных источниках Гантимура иногда называют и «дагурским» князьком. Князь Гантимур известен как предводитель т. н. «нерчинских тунгусов» Нерчинского уезда, будучи родоначальником Урульгинской степной думы [Жамсаранова, 2018].

Очевидно, что тем племенам, мелким родоплеменным сообществам Северной Азии, с приходом русских было необходимо самоопределиться, приняв то (китайское) или иное (русское) подданство. Немаловажную роль в этой ситуации сыграли как политические, так и этноязыковые предпочтения тех народов, которые, оказавшись в трансграничном «положении» перешли на сторону российской империи, «предав или изменив» таким образом, тем, кого они также считали своими «родовичами».

Отставив в сторону историко-политические причины «исчезновения» дауров Нерчинской Даурии, мы предлагаем считаться с научно обоснованной гипотезой наличия даурского этноязыкового элемента в составе автохтонного населения данной территории. По-другому, современные эвенки, эвены, буряты и «тунгусы» Гантимура — это те, кто в своем этническом прошлом и являются потомками тех дауров (или «доуров»), коих и застали первые казаки во второй половине XVII в., придя на исследуемую территорию. «Оставшиеся» в пределах Маньчжурии те родоплеменные объединения, которые представляют собой часть именно той автохтонной общности, по именованию которой и образовались такие понятия как Нерчинская Даурия, Селенгинская Даурия, и составляют ту общность под именованием «дауры». В основном, это центральные и северо-восточные районы Забайкальского края, включая и другие территории Забайкальского края — Петровск-Забайкальский, Красночикойский, Приаргунский, расположенные к юго-западу края и примыкающие к территории Республики Бурятия.

Основная часть

Одной из задач статьи является введение в научный оборот и конкретное описание понятия «Нерчинской Даурии» как населенной территории, вполне обжитой, со своими «городками».

Так, якутский воевода П. П. Головин писал царю Михаилу Федоровичу о даурском князце Ботоге, обитавшем в бассейне рек Кутомара и Витима, следующее: «...а юрты де, государь, у того князца Ботоги р у б л е н ы е [разрядка наша. — ***Прим. авт.***], и скота де, государь, у того князца Ботоги всякого и соболя много, и серебро де у него Ботоги есть, < > даурские конные многие люди, а бой у них лучной, а язык де, государь, у них свой, с якутским и тунгусским языком не сходитца...» [Балабанов, 2003, с. 21].

О наличии «городков» как поселений оседлого характера было упомянуто и в текстах «Отписок» казаков Пашкова. Эти поселения, вероятно, и являются теми древнемонгольскими городищами, описанными в своё время историками — С. В. Киселевым, А. Р. Артемьевым, Н. Н. Крадиным и др. Цель данной статьи — сопряжение упоминаемых «городков» или городищ как тех даурских городищ (или «городков») с топонимическими данными Восточного Забайкалья. Достигнуть этого возможно посредством «топонимической реконструкции» локаций былых дагурских городков или городищ.

К примеру, нас заинтересовало упомянутое А. Р. Артемьевым название укреплённых городищ как *тарасы* [Артемьев, 1998, с. 140–147]. А. Р. Артемьев пишет, что, пришлые казаки строили на колонизируемых землях на востоке т. н. ясачные зимовья или остроги во второй половине XVII в. Эти строения были предназначены как для обороны от «немирных» тунгусов, так и для сбора ясака. «Некоторые остроги в дальнейшем получили укрепления в виде городен или Тарасов и стали именоваться в приказной документации «городами». Дерево-земляные крепости и бастионы возводились в этот период только там, где возникала угроза столкновения с войсками маньчжурского Китая, вооруженными пушками» [Артемьев,1998, с. 145].

Упомянутое А. Р. Артемьевым загадочное наименование острогов как «тарасы» мы связываем с апеллятивом дагурского языка — *торс* ‘деревня, селение, село’. Мы полагаем, что лексема *торс* или испорченное *тарас*(ы) это заимствованное название укрепленных сооружений из дагурского языка в русский, т. е. это именование укреплений «осталось» со времен дагуров.

На основании данной гипотезы о лексико-семантическом начале ряда восточно-забайкальских топонимов от дагурского *торс* ‘деревня, селение, село’ мы объединяем ойконимы ДАРАСУН, КУРОРТ ДАРАСУН, станция ДАРАСУН, железнодорожный разъезд ТАРСКАЯ, расположенный на Транссибе в один ряд как дагуроязычных топонимов, включая и ороним ТАРСКАЯ в окрестностях села Адриановка (Карым.).

Помимо ойконимов с основой на *торс* ‘деревня, селение, село’ к дагурским топонимам мы относим оронимы ТАРСКАЯ, п. (Карым.), ТАРАСКИНА, п. (Карым.), ТАРАСАХА, п. (Нерч.). (окр. с. Арбагар), ТАРСКАЯ, п. (Черныш.) (окр. с. Байгул) (Черныш.), которые также, вероятно, образованы от дагурского *торс* ‘деревня, селение, село’.

Другими словами, можно определить локации этих топонимов, прежде всего, ойконимов, как места расположения «городен» или «тарасов» эпохи до-русского периода истории Даурии. Также следует заметить о наличии такого явления как языковое «приспособление» субстратного топонима к языку-«приемнику», которым может являться, к примеру, и русский язык. В морфологии топонимов на Ш имеются суффиксальные окончания русского языка: -(к)ая, -(к)ина, -(а)ха, -(к)ая, -ун. Известно, что посредством морфемного «приращения» суффиксальных маркеров

субстратные топонимы «вживаются» в топонимическую систему, приобретая, таким образом, условно «русскоязычную» морфологию. Однако топооснова при этимологизации субстратного топонима наряду с методикой «расшифровки» онима, общепринятыми в топонимике, играет весьма важную роль, «оставаясь» языковым маркером субстрата.

Заметим, что кочевая цивилизация отличалась наличием довольно монументальных строений, такими как Кондуйское городище (резиденция средневековых монгольских феодалов) или Хирхира (Хирхиринское городище), описанными в трудах С. В. Данилова [Данилов, 2004; 2014, с. 4–14].

Историография древнемонгольских городищ, практика их возведения в эпоху Средневековья подробно описана в трудах отечественных историков и археологов [Киселев, 1965; Данилов, 2004; Крадин, 2018]. Раскопанные остатки (драконоподобные изваяния, размеры и масштабы строений) дворцовых построек Хирхиринского городища (на юге Забайкальского края, в Приаргунском районе), определяемого Н. Н. Крадиным и авторами как «дворцового комплекса», дают основание связывать дворец с представителями высших слоев монгольского государства — Чингизидами, кровно связанными с самим основателем Чингиз-ханом [Крадин, 2018, с. 64–80]. Подобного рода археологические находки в виде драконов, высоких балюстрад, деревянных колонн внутри дворцового здания, поливной черепицы красного, жёлтого и зелёного цветов, были описаны археологами и на месте Кондуйского городища [Крадин, 2002; Артемьев, 2003] как типовые застройки дворцовых построек эпохи монголов. Судя по исследованиям этих дворцов, соблюдались нормы архитектуры дворцового комплекса, включавшего воротное здание, дворец, парковую зону, располагавшихся вокруг дворца усадеб знати, жилищ ремесленного и простого люда.

Любопытно заметить, что ойконимы КОНДУЙ, КОНДУЙСКИЙ ГОРОДОК и топоним КОНДУЙСКОЕ ГОРОДИЩЕ (Борз.) можно пояснить из лексики дагурского языка, где апеллятивное *гундэн* означает ‘дворец’.

Нас также заинтересовали топонимы Восточного Забайкалья, топооснова которых, возможно, также связана как лексически, так и семантически с понятием городка *котун* ‘город’ в дагурском языке вообще. Данный апеллятив дагурского языка является апеллятивом общемонгольского происхождения, т. к. в Монгольско-русском словаре лексема *хот* ‘I 1) город. 2) хотон, группа юрт. 3) стойбище; загон для скота’ близка бурятскому апеллятиву *хото* I ‘город’, как и дагурскому *котун* ‘город’. Таким образом, историография наличия т. н. «даурских городков» представлена и названиями, преимущественно, ойконимами, значения которых, по-видимому, сопряжены с разными именованиями населённых пунктов или поселений, описываемых в текстах Отписок первых колонизаторов как «городки».

Попробуем выделить топонимы, которые, предположительно, могут быть связаны с наименованием «городской» постройки средневекового монгольского общества на исследуемой территории. Прежде всего, мы выбрали ойконимы топонимии Восточного Забайкалья, значения которых мы определяем как общемонгольское именование «городских» построек. Это следующие ойконимы: КУТУГАЙ, с. (Алек.-Завод.), с. КУЙТУН (Краснокм.), с. КАТАЕВО (Петр.-Забк.), с. КОТЫЙ (Красноч.), с. КАЙДАЛОВО (Карым.), с. КАТУГИНО (Калар.), которые, на наш взгляд, образованы от монгольского *хот* город; от дагурского *котун* ‘город’.

В Энциклопедии Забайкалья по поводу селения КАТАЕВО написано, что поселение «основано в 1744 г. казаками-земледельцами, занимавшимися земледелием и скотоводством». В советский период истории края в 1929 г. создана сельскохозяйственная коммуна, которая в 1930 г. была реорганизована в колхоз. В 1957 г. вновь произошло укрупнение путём присоединения колхозов сс. Кандобаево, Катаево, Обор, Усть-Обор в одно хозяйство, колхоз получил название имени XX партсъезда. В 1992 г. хозяйство реорганизовано в коллективное предприятие «Россия», действуют ООО «Катаевское» и СПК «Виктория».

На карте селения КАТАЕВО и КАНДОБАЕВО располагаются близко по забайкальским меркам, чем и было обусловлено слияние советских колхозов в свое время.

Заметим, что ойконим КАТАЕВО представляет собой топоним, морфология которого «претерпела» изменения, т. к. согласно архивным документам — «Ведомости о крестьянских и инородческих поселениях Забайкальской области с показаний народонаселения и учреждений, в них находящихся» за 1897 г., переписано и ещё одно селение КОТАЕВСКОЕ, рядом с деревней КОНДОБАЕВСКОЙ.

В КОТАЕВСКОМ (совр. КАТАЕВО) проживало всего 554 души «крестьянского сословия» и 53 души «некрестьянского сословия», всего

507 душ в 82 дворах. Имелась в селении «церковь деревянная, школа грамоты, сельское управление, хлебный запасной магазинъ». Данные поселения относились к Малетинской волости, к которой относились и эти два селения помимо остальных двенадцати. По-видимому, со временем село КОТАЕВСКОЕ уменьшилось по числу населения, тогда как бывшая деревня КОНДОБАЕВСКАЯ (47 дворов, 365 душъ) уже в советские времена превратилась в довольно крупное село.

В архивном документе за 1897 г. с упоминанием всех бурятских улусов ведения Хоринской степной думы, а также всех поселений Верхнеудинского округа общим числом в 598 улусов (кочевых селений) упомянуто также еще одно селение КОТОЙСКОЕ Байхорской волости (совр. Петр.-Забк. р-он). Впоследствии упоминается уже селение КОТЫЙ, «превратившееся» впоследствии в современное КАТАЕВО. По документу за 1897 г. в селении КОТОЙСКОМ «число дворов крестьянского сословия — 79 душ; дворов жителей некрестьянского сословия — 1; мужских душ 266, женского — 258, итого 524 души; душъ других сословий 7; всего душъ 521». В этом селении имелось «сельское правление, запасный хлебный магазинъ, деревянная церковь».

В Верхнеудинском округе имелась также и отдельная КУЙТУНСКАЯ волость, располагавшаяся в селении КУЙТУНСКОЕ, где проживало 3022 души, находилось волостное правление, церковь, училище и четыре экономических магазина. Эти ойконимы (КУЙТУНСКОЕ, КАТАЕВО, КОТОЙСКОЕ) можно отнести ареально к т.н. «Селенгинской Даурии», в пределах которой также функционировали «даурские городки» в своё время.

Ойконим КАНДОБАЕВО (Петр.-Забк.) вероятно также можно связать в лексическом отношении с дагурским *котун*, также претерпевшим изменения в своей структуре и измененным до формы, близкой к некоему антропониму, «благодаря» аффиксу русского языка -(ба)ево. Селение Кандобаево известно своим археологическим «прошлым» как памятник неолита. Это означает, что данное место издревле было облюбовано людьми как поселение, пригодное и удобное для обитания. Мы также не исключаем и возможности дополнительной версии по этимологии данного ойконима, а именно, от дагурского апеллятива *гундэн* ‘дворец’ подобно значению ойконимов КОНДУЙ (КОНДУЙСКОЕ ГОРОДИЩЕ; КОНДУЙСКИЙ ГОРОДОК). Не исключено, что и будущие археологические раскопки подтвердят гипотезу о былом наличии и на месте села КАНДОБАЕВО неких дворцовых построек. Также значение ойконима КАНДОБАЕВО можно трактовать и от селькупского апеллятива кэнтāбы ‘устье (реки)’, что дает основание более тщательного изучения как локации поселения, так и неких архивных документов на предмет исключения номинации селения от имени первопоселенца во избежание ложной этимологии как отантропонимного топонима.

На территории бывшей Нерчинской Даурии (*совр.* Забайкальский край) к ойконимам дагурского языкового происхождения относятся ойконимы: КУТТЫГЕЙ, д. (*совр.* с. Средняя Кия). (Шилк.); КУЙТУН, д. (Краснокм.), КУТИ, д. (Приарг.), которые мы связываем с дагурским котун ‘город’.

По-своему любопытны произошедшие как лексические, так и семантические трансформации ойконимов. К примеру, ойконим КУЙТУН, название на северо-востоке Краснокаменского р-на, можно «понимать» от бурятского апеллятива хүйтэ(н) 1) холод, мороз, стужа. 2) холодный; студеный; морозный; низкий (о температуре), что представляет собой пример межъязыковой омонимии, противореча тем самым принципам номинации в топонимике в общем.

Помимо ойконимов к возможному дагурскому стратиграфическому языковому пласту можно отнести и такие оронимы как КУТУН, п. (окр. жд. ст. Солнцевая). (Шилк.); КОТЧИХА, ОТФ. (Шилк.). Агороним КОТЧИХА, возможно, также связан лексически с дагурским *котун* ‘город’.

Как были укреплены даурские городки, можно понять из описания Албазинского острога как бывшего городка дауров. Албазинский острог известен в истории как русский военно-административный и культурно-конфессиональный центр.

Название свое острог «получил» по имени даурского князя Албазы. В 1650 г. этот острог или даурское городище («городок») был без боя занят отрядом Е. П. Хабарова, который через год в 1651 г. после зимовки был сожжен согласно приказу того же Хабарова. Однако позже данный острог был отстроен и использовался для сбора ясака.

В отношении наличия построек известно, что после новостройки данного острога в 1674 г. были отстроены три новые укрепленные башни (которые, по-видимому, и назывались *тарас*(а-ми)), православная часовня, амбар для хранения собранного ясака, избы казаков. «Служилых людей насчитывалось 109 чел. В последующие годы

часовню на территории острога сменила церковь Воскресения Христова. Именно в ней находилась одна из самых первых библиотек на Дальнем Востоке» [Артемьев, 1999].

Отдельный интерес представляет расположение Албазинского острога. Оказалось, что Албазинское городище или Албазинский острог располагался на высоком, а потому, недоступном с трех сторон, мысу в излучине реки. Укреплено было данное городище высокими насыпными, по всей видимости, дерево-земляными валами, которые, за исключением западного, имели на момент раскопок относительно неплохую сохранность, учитывая их «возраст». А. Р. Артемьев отмечает их типологическое сходство с подобного рода фортификациями европейской России: Витебска, Новгорода, Москвы, Пскова.

«Вблизи Албазинского городища сохранились осадные сооружения маньчжуров, а в 4 км выше острога по течению Амура обнаружены остатки слободы, располагавшейся при Спасском монастыре, основанном иеромонахом Гермогеном и просуществовавшем с 1671 по 1685» [Артемьев, 1999].

Примечательно, что ряд атрибутов Албазинского острога хранятся в музеях Москвы, Санкт-Петербурга и Благовещенска как артефакты периода присоединения Дальнего Востока к Российской империи.

При описании дагуроязычной субстратной топонимии выявилась довольно любопытная деталь, когда вторичное языковое сознание реципиента топонимической системы «приспосабливает» субстратный топоним к нормам своей этноязыковой топонимии. Некоторые из этих ойконимов имеют (как будто) отантропонимное начало, к примеру, ойконим КАЙДАЛОВО, которое как будто имеет отантропонимное начало.

Однако в изданиях с краеведческим содержанием и системно представленными в электронном проекте, включая и издание «Здесь мы живём, и край нам этот дорог!» [Мухамедьярова, 2021], пока нет достоверных фактов о некоем первопоселенце Кайдалове, что исключает отантропонимное происхождение данного ойконима. Вышеупомянутое издание посвящено истории Карымского района Забайкальского края, предоставляет сведения об истории возникновения поселений отдельной территории наряду с предпринятыми попытками пояснения некоторых топонимов, и создано на обширном материале как архивных документов, так и полевых записей автора [Мухамедьярова, 2019, с. 191–197].

Топонимический субстрат, как правило, в случае своей деэтимологизации претерпевает случаи переосмысления, что, вероятно, и произошло с ойконимом КАЙДАЛОВО, в частности. С одной стороны, действительно, фамилия Кайдалов является довольно распространенной фамилией русских Забайкалья. Краевед Т. В. Мухамедьярова упоминает быличку о некоем «Сеньке Кайдалове, по имени которого и образовано, якобы, поселение». При этом не найдены какие-то достоверные сведения об этом «первопоселенце» ни в архивах, ни в семейно-фамильных быличках жителей села. Тогда как по истории образования другого ойконима имеются вполне достоверные сведения: «селение Адриановка в Карымском районе названо по имени Григория Васильевича Адрианова - инженера путей сообщения, внёсшего большой вклад в развитие железной дороги в Карымском районе; в честь него переименована станция Ундурга в станцию Адриановка» [Мухамедьярова, 2019, с. 193].

В Энциклопедии Забайкалья о селении КАЙДАЛОВО написано, что село основано около 1706 г. крестьянами, приписанными к Нерчинскому правлению, в обязанности которых «входило хлебопашество и обслуживание Московского тракта». В последующие годы построена деревянная церковь (1829 г.), в 1868 г. — каменная Свято-Троицкая церковь. Постепенно крестьяне этого селения приобрели статус казацкого сословия со всеми имеющимися преференциями по сравнению со своим былым статусом инородцев-тунгусов. В последующем, а именно, в 1851 г. Кайдалово получило статус станицы с атамановским правлением, исправно исполняя службу российских казаков до начала гражданской войны 1918–1922 гг. При строительстве Транссиба, когда в окрестностях села пролегла Забайкальская железная дорога, появился разъезд КАЙДАЛОВО (1897 г.).

Мы склонны полагать, что ойконим КАЙДАЛОВО это «испорченное» или же переосмысленное наименование дагурского городка, и ранее это поселение могло называться просто Котун, например. К тому же нет однозначного разрешения вопроса об этноязыковой принадлежности тунгусов под началом Гантимурова, о котором в некоторых источниках написано, что он, якобы, считался дагурским родоначальником. Как и возникает закономерный вопрос в отношении земледельческого образа жизни тех самых «крестьян», приписанных, по-видимому, ранее к ведению Урульгинской степной думы. Извест-

но, что некоторые роды тунгусов князя Гантимура (к примеру, Почегорский род Хрисанфа Нарышкина) занимались хлебопашеством, т. е. были земледельцами [Жамсаранова, 2018, с. 176]. Поэтому приписывать к даурам только какие-то из тунгусо-маньчжурских и монголоязычных хори-бурят как оленеводов и скотоводов-степняков пока преждевременно, вопрос требует своего дальнейшего исследования. Известный исследователь дагуров Б. Х. Тодаева пишет «Традиционным и основным занятием дагуров является земледелие. Подсобным являются сплав леса, охота в горах, скотоводство» [Тодаева, 1986, с. 9]. Другими словами, дауры и занимались земледелием, отличаясь тем самым от эвенков, эвенов и бурят.

Заключение

Таким образом, дагуроязычный субстратный ойконимикон в топонимии Восточного Забайкалья представляет собой вполне функционально значимый пласт названий. Все эти топонимические локации имеют типологическое сходство как по месту расположения описываемых городищ (острогов), т. е. большинство из них, по-видимому, располагались на высоких мысах, будучи неприступными со стороны рек. Защитникам было необходимо оборонять только одну сторону крепости, которая, естественно, была также укреплена за счет дерево-земляных валов.

Прослеживается т. н. «преемственность» факта обжитости населением примерно одних и тех же локаций, отраженная в своде ойконимов Забайкалья как именований поселений. При этом некоторые дагурские ойконимы как названия мест поселений с весьма давних времен подтверждаются расположением археологических памятников.

К примеру, известна ДАРАСУНСКАЯ археологическая культура [Кириллов, 2000], артефакты которой относятся к поселениям человека со времен хунну, т. е. к середине I тысячелетия до н. э. Другими словами, ареально историческая Даурия связана с весьма древней кочевой цивилизацией, в пределах которой возводились и дворцовые постройки, и городки как фортификационные сооружения с весьма древней практикой их возведения и использования на протяжении всего периода истории Северной Азии.

Список литературы

1. Артемьев А. Р. Строительство городов и острогов Забайкалья и Приамурья во второй половине XVII–XVIII веке и типы оборонительных сооружений // Отечественная история. № 5. 1998. С. 140–147.

2. Артемьев А. Р. Средневековые поселения Забайкалья // Забайкалье в геополитике России: материалы Междунар. симпозиума «Древние культуры Азии и Америки» (Чита, 26 авг. – 1 сент. 2003 г.). Улан-Удэ: Изд-во БНЦ СО РАН, 2003. 107 с.

3. Артемьев А. Р. Города и остроги Забайкалья и Приамурья во 2-й пол. XVII – нач. XVIII в.: (Ист.-археол. исследования) / Отв. ред. Н. В. Кочешков. Владивосток: РАН. Дальневост. отд-ние. Ин-т истории, археологии и этнографии народов Дальнего Востока, 1999. 335 с.

4. Балабанов В. Ф. История земли Даурской. Чита: Эффект, 2003. 400 с.: ил., фот.

5. Данилов С. В. Города в кочевых обществах Центральной Азии. Улан-Удэ: Изд-во БНЦ СО РАН, 2004. 202 с.

6. Данилов С. В. Города Центральной Азии эпохи Монгольской империи XIII–XIV вв.). // Вестник Бурятского государственного университета. 2014. № 1. С. 4–14.

7. Древнемонгольские города / авторский коллектив: С. В. Киселев, Л. А. Евтюхова, Л. Р. Кызласов [и др.] ; Академия наук СССР, Институт археологии. Москва : Наука, 1965. 371 с., [34] л. ил.

8. Жамсаранова Р. Г. Тунгусы князя Гантимура : в 2 ч. Ч. 1. Чита: ЗабГУ, 2018. 252 с.

9. Жамсаранова Р. Г. Топонимы даурского языкового происхождения // Материалы Национальной научно-практической конференции ВСГУТУ «Социальные и гуманитарные науки. Юриспруденция». Улан-Удэ: ВСГТУ, 2023. С. 121–126.

10. Кириллов И. И., Ковычев Е. В., Кириллов О. И. Дарасунский комплекс археологических памятников. Восточного Забайкалья. Новосибирск: Изд-во Ин-та археологии и этнографии СО РАН, 2000. 176 с.

11. Крадин Н. П. Архитектурные памятники Кондуя // Археология и культурная антропология Дальнего Востока. Владивосток, 2002. С. 233–244 : ил.

12. Крадин Н. Н., Бакшеева, С. Е., Прокопец, С. Д. // Города и дворцы монгольской империи в Восточном Забайкалье // Сибирские исторические исследования. 2018. № 2. С.64–80.

13. Мухамедьярова Т. В. История заселения территорий, возникновение населённых пунктов Карымского района Забайкальского края // Вестник дальневосточной государственной научной библиотеки. 2021. № 1 (90). С. 54–63.

14. Мухамедьярова Т. В. Топонимика Карымского района Забайкальского края // Вестник Дальневосточной государственной научной библиотеки. 2019. № 2 (83). С. 191–197.

15. Тодаева Б. Х. Дагурский язык / Редактор Г. Д. Санжеев. М.: «Наука», 1986. 187 с.

References

1. Artem'ev AR. Stroitel'stvo gorodov i ostrogov Zabajkal'ya i Priamur'ya vo vtoroj polovine XVII-XVIII veke i tipy oboronitel'nyh sooruzhenij = Construction of cities and forts in Transbaikalia and the Amur region in the second half of the 17th and 18th centuries and types of defensive structures. *Otechestvennaya istoriya = National history.* 1998;(5):140-147. (in Russ.).

2. Artem'ev AR. Srednevekovye poseleniya Zabajkal'ya = Medieval settlements of Transbaikalia. Zabajkal'e v geopolitike Rossii: materialy mezhdunar. simpoziuma «Drevnie kul'tury Azii i Ameriki» = Transbaikalia in the geopolitics of Russia: materials of the International Symposium "Ancient Cultures of Asia and America" (Chita, 26 avg. – 1 sent. 2003 g.). Ulan-Ude: Izd-vo BNC SO RAN, 2003. 107 p. (in Russ.).

3. Artem'ev AR. Goroda i ostrogi Zabajkal'ya i Priamur'ya vo 2-j pol. XVII – nach. XVIII v. = Cities and forts of Transbaikalia and the Amur region in the 17-18th cc.: (Historical-archaeological research) = monograph : Institute of History, Archaeology and Ethnology Institute of History, Archaeology and Ethnology Far- Eastern Branch of the RAS, 1999. 335 p. Vladivostok. 1999. 335 p. (in Russ.).

4. Balabanov VF. Istoriya zemli Daurskoj = History of the Daurian land : monograph. Chita. 2003. 400 p. (in Russ.).

5. Danilov SV. Goroda v kochevyh obshchestvah Central'noj Azii = Cities in nomadic societies of Central Asia: monograph. Ulan-Ude. 2004. 202 p. (in Russ.).

6. Danilov SV. Goroda Central'noj Azii epohi Mongol'skoj imperii XIII–XIV vv.). = Cities of Central Asia during the Mongol Empire (13-14th centuries). *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Buryat State University.* 2014;(1):4-14. (in Russ.).

7. Drevnemongol'skie goroda =Ancient Mongolian cities / SV Kiselev, LA Evtyuhova, LR Kyzlasov [et al.]; Akademy of Sciences, Institute of Arheology. Moscow. 1965. 371 p. (in Russ.).

8. Zhamsaranova RG. Tungusy knyazya Gantimura. = Tungus of Prince Gantimur: in 2 parts. Part 1: monograph. Chita. 2018. 252 p. (in Russ.).

9. Zhamsaranova RG. Toponimy daurskogo yazykovogo proiskhozhdeniya = Toponyms of Daurian linguistic origin. Materials of VSUTU National Scientific and Practical Conference "Social and Humanitarian Sciences. Jurisprudence". Ulan-Ude. 2023. Pp. 121-126. (in Russ.).

10. Kirillov II, Kovychev EV, Kirillov OI. Darasunskij kompleks arheologicheskih pamyatnikov. Vostochnogo Zabajkal'ya. = Darasun complex of archaeological monuments. Eastern Transbaikalia : monograph. Novosibirsk. 2000. 176 p. (in Russ.).

11. Kradin NP. Arhitekturnye pamyatniki Konduya = Architectural monuments of Konduy. Arheologiya i kul'turnaya antropologiya Dal'nego Vostoka = Archeology and cultural anthropology of the Far East. Vladivostok, 2002. Pp. 233-244 (in Russ.).

12. Kradin NN, Baksheeva SE, Prokopec SD. Goroda i dvorcy mongol'skoj imperii v Vostochnom Zabajkal'e = Cities and palaces of the Mongol Empire in Eastern Transbaikalia. *Sibirskie istoricheskie issledovaniya = Siberian historical research.* 2018;(2):64-80. (in Russ.).

13. Muhamed'yarova TV. History of the settlement of territories, the emergence of settlements in the Karymsky district of the Trans-Baikal Territory. *Vestnik dal'nevostochnoj gosudarstvennoj nauchnoj biblioteki. = Bulletin of the Far Eastern State Scientific Library.* 2021;(1(90):54-63. (in Russ.).

14. Muhamed'yarova TV. Toponymy of the Karymsky district of the Trans-Baikal Territory. *Vestnik Dal'nevostochnoj gosudarstvennoj nauchnoj biblioteki = Bulletin of the Far Eastern State Scientific Library.* 2019;(2(83):191-197. (in Russ.).

15. Todaeva BH. Dagurskij yazyk = The Dagur Language. Ed. G.D. Sanzheev. Moscow: Nauka. 1986. 187 p. (in Russ.).

Информация об авторе

Р. Г. Жамсаранова — доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры китайского языка Забайкальского государственного университета.

Information about the author

R. G. Zhamsaranova — Doctor of Philology, Associate Professor, Professor of Chinese Department of Transbaikal State University

Статья поступила в редакцию 20.05.2024; одобрена после рецензирования 10.07.2024; принята к публикации 24.09.2024.

The article was submitted 20.05.2024; approved after reviewing 10.07.2024; accepted for publication 24.09.2024.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 248–254.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(8(490):248-254.

УДК 81:372.881

doi: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-248-254

ПРОЦЕСС ПРИМЕНЕНИЯ СИСТЕМЫ «КАЗТЕСТ» В УСЛОВИЯХ ТРЕХЪЯЗЫЧИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ УРОВНЯ ЗНАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЯЗЫКА

Алтынгуль Жакиповна Суюнбаева

Военный институт Сил воздушной обороны, г. Актобе, Казахстан, altin_suenbaeva@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы, которые появляются в ходе языкового образования в Республике Казахстан, содержится информация о системе оценки уровня знания гражданами казахского языка — КАЗТЕСТ и описывается опыт работы одного из приоритетных направлений деятельности Национального центра тестирования — организации и проведения тестов по КАЗТЕСТ. В текущей языковой ситуации вторым языком для многих граждан РК является казахский язык, отсюда следует актуальность обсуждения способов повышения компетентности в нём. В полиязычном социуме использование языков в условиях глобализации оказалось более динамичным, чем характеристики, первоначально предложенные теорией сфер функционирования и применения языка. Билингвы и полилингвы используют разные языки не только в разных социальных сферах, но и внутри одной сферы. Владение казахским, русским и иностранными языками становится в современном обществе неотъемлемым компонентом личной и профессиональной деятельности человека. Современные реформы в сфере государственной службы РК способствуют развитию государственного языка — казахского. Для повышения уровня владения этим языком и была введена система КАЗТЕСТ.

Ключевые слова: КАЗТЕСТ, многоязычие, языковая компетенция, лексические элементы, языковая политика, языковая ситуация

Для цитирования: Суюнбаева А. Ж. Процесс применения системы «КАЗТЕСТ» в условиях трехъязычия и результаты определения уровня знания государственного языка // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490). С. 248–254. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-248-254.

Original article

THE PROCESS OF APPLYING THE KAZTEST SYSTEM IN TRILANGUAGE CONDITIONS AND THE RESULTS OF DETERMINING THE LEVEL OF KNOWLEDGE OF THE STATE LANGUAGE

Altyngul Zh. Suenbaeva

Military Institute of the Air Defense Forces, Aktobe, Kazakhstan, altin_suenbaeva@mail.ru

Annotation. The article discusses the problems that arise in the course of language education in the Republic of Kazakhstan, contains information about the system for assessing the level of knowledge of citizens of the Kazakh language - KAZTEST, and describes the experience of one of the priority areas of activity of the National Testing Center - organizing and conducting tests on KAZTEST. In the current language situation, the second language for many citizens of the Republic of Kazakhstan is the Kazakh language, hence the relevance of discussing ways to increase competence in it. In the context of bilingualism, the use of languages in the context of globalization has turned out to be more dynamic than the characteristics originally proposed by the theory of the domains of functioning and application of language. Bilinguals and multilinguals use different languages not only in different social spheres, but also within the same sphere. Knowledge of Kazakh, Russian and foreign languages is becoming an integral component of a person's personal and professional activity in modern society. Modern reforms in the field of civil service of the Republic of Kazakhstan contribute to the development of the state language - Kazakh. To improve the level of proficiency in this language, the KAZTEST system was introduced.

Keywords: KAZTEST, trilinguals, language competence, lexical elements, language policy, language situation

© Суюнбаева А. Ж., 2024

For citation: Suenbaeva AZh. The process of applying the KAZTEST system in trilanguage conditions and the results of determining the level of knowledge of the state language. *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2024;(8(490):248-254. (In Russ). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-490-8-248-254.

Анализ развития сфер жизнедеятельности людей и формируемых ими отношений, использования определённого языка позволяет увидеть зависимость изменения отношений в обществе от способов передачи, утверждения и регистрации информации. Социально-коммуникативная система, составляющая основу языкового общества, подвержена изменениям в связи с возникновением новых социальных ситуаций, изменением структуры общества, характера и структуры общения между участниками, появлением новых характеристик социального общения.

Можно сказать, что двуязычие и многоязычие сегодня стали неотъемлемой составляющей языковой ситуации любой страны. Потому что стремительное развитие цифровых технологий, в том числе интернета, объединяет мир, и люди со всего мира могут беспрепятственно общаться друг с другом. Сфера образования всегда первой принимает новости и готовит специалистов согласно требованиям времени. В настоящее время изучить язык можно с помощью технических средств. Среди них сегодня мы наблюдаем, что на первый план вышли русский и английский языки. В связи с этим в стране принимается и реализуется направление полиязычного образования с целью овладения этими языками и подготовки их к тому, чтобы стать полноправными участниками мировой интеграции.

Если рассматривать особенности многоязычного образования в сфере образования и основные направления современных исследований, то система высшего образования процветает благодаря своему многообразию и международным связям. Цель многоязычного образования — овладеть разными языками, тем самым стать открытым для культуры и страны носителя языка. В рамках новой парадигмы изучение и преподавание иностранного языка имеет целью подготовить молодёжь к общению в многоязычных ситуациях.

В последние годы в рамках языкового планирования в Казахстане была проделана большая работа по разработке систем оценки уровня знания казахского языка в соответствии с международными стандартами. Как отмечается в «Системе оценки уровня знания казахского языка — КАЗТЕСТ, в качестве основного направления системы определена проверка коммуникативных компетенций тестируемого (система оценки) [Садыкова, 2015]. КАЗТЕСТ — это система оценки уровня знания казахского языка гражданами Республики Казахстан и иностранными гражданами на территории Республики Казахстан. Система основана на принципах международных систем оценки языковых знаний, таких как ТРКИ (Тест по русскому языку как иностранному), TOEFL, IELTS (система оценки уровня владения английским языком). Компетенции оцениваются по видам речевой деятельности, таким как чтение, говорение, аудирование, письмо и по таким критериям, как словарный запас, знание грамматического строя языка и др.

КАЗТЕСТ — национальная система со своими особенностями, хотя её структура соответствует вышеупомянутым системам оценки уровня владения языком. Её важной особенностью является выяснение социокультурной компетентности тестируемого. Экзаменуемый должен быть в состоянии показать, что он овладел казахским языком не только как средством общения, но и с точки зрения понимания и знания культуры, традиций и национального мировоззрения пользователя казахского языка.

В государственной программе развития и использования языков в Республике Казахстан система КАЗТЕСТ определена как целевой индикаторный механизм постепенного увеличения доли граждан, освоивших государственный язык. В связи с этим, в целях выполнения задач государственной программы сотрудники центральных и местных органов власти, бюджетной сферы, медицинской сферы, военнослужащие, сотрудники национальных компаний ежегодно проходят тестирование КАЗТЕСТ в ходе службы.

Первый этап теста КАЗТЕСТ является диагностическим тестом, то есть направлен на определение уровня владения тестируемым казахским языком, а второй этап предназначен для подтверждения сертификатом того, что тестируемый овладел определенным языковым уровнем. Гражданин, имеющий аттестат, может продемонстрировать, что он конкурентоспособен на рабочем месте, способен документально оформлять документы, обмениваться письмами и оказывать услуги на государственном языке в своей сфере [Садуакасова, 2016].

На сегодняшний день фиксируется развитие и совершенствование данной системы: внесены изменения в структуру и содержание теста,

несколько упрощены задания. Для достижения объективного результата тестирования, помимо существующих частей «Аудирование», «Чтение», «Письмо» и «Лексико-грамматическая часть», в структуру аттестационного теста была введена часть «Произношение», предполагающая активное говорение как продуктивный вид речевой деятельности. Разговорной компетентности в ходе теста уделяется особое внимание, поскольку до сих пор не оценивалось, насколько хорошо тестируемый владеет государственным языком на уровне устной речи и насколько свободно он может выражать свои мысли. В этой связи после сдачи письменного экзамена по казахскому языку и прохождения всех тестов кандидат отправляется на собеседование независимой экспертной комиссии. Здесь эксперты задают кандидату вопросы на казахском языке, таким образом, не знающий казахского языка монолингв не сможет отвечать на вопросы на этом языке и выражать свое мнение.

Проблема отбора критериев оценки сдачи кандидатом экзамена по государственному языку сопряжена с проблемами языкового образования в Республике Казахстан. Дело в том, что казахский язык преподается в иноязычных школах в основном грамматическим методом, он не ориентирован на коммуникативную компетенцию. Такого рода подготовка недостаточна для формирования разговорной компетентности, достаточной для успешного тестирования в новом формате действующего КАЗТЕСТ, когда, как упоминалось выше, в ходе экзамена экзаменаторы оценивают, насколько грамотно испытуемый владеет государственным языком, выслушивая его мнение по определённой теме.

Чтобы стимулировать решение проблемы обучению устной речи на казахском языке, при переходе на новый формат был проведён сравнительный анализ и дополнительные исследования по международным системам оценки языковых знаний, в том числе CEFR, TOEFL, IELTS, ТРКИ. Современный формат соответствует требованиям международных систем оценки языка. Разработаны задания для пяти уровней и целевые показатели для оценки устных работ. Количество задач в системе КАЗТЕСТ сокращено со 150 до 100. Убраны повторяющиеся задания, некоторые задания с оценкой грамматических категорий структуры казахского языка [Мухаметкали, 2018].

Изменены типы тестовых заданий, которые стали более эффективными, интересными по содержанию, понятными по структуре и удобными для чтения. Изменён способ подбора диалогов и текстов в тестовых заданиях, исходя из требования адаптации тестовых вопросов в соответствии с социальной группой тестируемых.

КАЗТЕСТ оценивает знание казахского языка гражданами по пяти уровням (A1 — базовый, A2 — базовый, B1 — средний, B2 — высший средний, C1 — продвинутый). Указываются оцениваемые навыки испытуемого (табл. 1).

Проверка грамматики казахского языка по лексико-грамматической части включает изучение фонетических закономерностей казахского языка на простом уровне, освоение употребления простых лексических единиц, понимание их значения, употребление союзов и времён глаголов на простом уровне в соответствии с государственным стандартом.

На базовом уровне овладение конструкциями, используемыми для вступления в определённые коммуникативные отношения, употребление фонетических законов, различия в написании и произношении слов, функции союзов, функции слов, обозначающих качество, употребление цифр, структура предикатов и категории времен.

На среднем уровне освещаются бытовая, общественная и официально-деловая лексика, синонимы, правильные словосочетания, особенности словообразования, расширение союзных функций.

На среднем и высшем уровнях предлагается лексика, относящаяся к социальной и профессиональной сфере, употребление регулярных словосочетаний, употребление синонимов, омонимов, синтаксические функции прилагательных, числовых, сложных предложений.

Содержание высшего уровня дополняется изложением понятий, связанных с национальной культурой и национальными знаниями, знанием употребления простых типов предложений, построения связных сложных предложений, их смыслового членения.

В зависимости от уровня меняется объём текста и количество заданий. Например, на уровне A1 количество заданий увеличивается до 2–5, а размер текста начинается с двух-трёх предложений до 100 слов. Типы текста начинаются с сообщений, коротких SMS, рекламных объявлений и увеличиваются до небольших текстов.

Тип задания, которое продолжается на каждом уровне, является основой формирования определённых навыков, а по мере повышения уровня навыки усложняются (табл. 2).

Чтение осуществляется на основе текстов, поэтому при обучении языку изучающего язык

Таблица 1
Table 1

Примеры задания

Уровень	Тип задачи	Цель тестовых заданий	Экзаменуемый должен иметь навыки
A1	Поддержание диалога	Задание для поддержания диалога в простых ситуациях.	Участие в общении в простых ситуациях: – формы начала, продолжения и прекращения участия; – формулы речевого этикета (приветствие, знакомство, встреча, прощание, извинение, просьба)
A2	Определите участников диалога	Оценивая значение ключевых слов, определяет, кто ведет разговор.	Умение находить необходимую информацию: – слова, используемые в повседневной жизни, социальной и бытовой сферах.
B1	Определите когда произошел диалог	Понимает информацию о времени, часе, времени года из диалога.	Способность находить необходимые данные: – определение времени, дня, месяца, сезона, года; – природа, погода.
B2	Определите когда и где произошел диалог	Понимает информацию о месте и адресе из диалога.	Умение найти необходимые данные: – топоним; – смысловые слова; – слова, произносимые в бытовых, социально-бытовых и культурно-социальных ситуациях.
C1	Определить содержание диалога/текста	Понимает общее содержание текста, определяет основную актуальную мысль. Умеет различать первичную и вторичную информацию.	Умение классифицировать информацию: – предоставление описательной информации о действии, которое необходимо выполнить; – официальные и профессиональные отношения.

Таблица 2
Table 1

Содержание заданий

Задание в форме теста	Навыки, сформированные с помощью заданных тестовых заданий
Выделите информацию, соответствующую тексту	Экзаменуемый может полностью понять небольшой текст, отличить нужную ему информацию от неподходящей. Знает речевой этикет, специфичный для различных видов общения.
Найдите ключевые слова в тексте	Экзаменуемый может выбрать из текста значимые слова, выражающие основную мысль текста. Понимает вспомогательные слова, имеет достаточный словарный запас. Имеет языковые навыки, необходимые для делового общения.
Дайте полную и точную информацию	Способен передать информацию ясно, точно и полно. Может правильно использовать значения слов, чтобы чётко и эффективно выражать свои мысли. Имеет коммуникативные навыки, необходимые для общения.
Объясните значение подчеркнутой фразы в тексте	Понимает фразы, данные в тексте, может использовать их в повседневной жизни. Понимает требования к стилю. Может использовать деловую лексику.
Соотнесите пословицу с содержанием текста.	Понимает пословицы и афоризмы, демонстрирующие эмотивность и смысловую глубину, имеет хорошие компетенции литературной и разговорной речи.

на основе ситуаций, встречающихся в повседневной жизни, оно формирует речевые навыки изучающего язык и повышает его интерес к текстам.

Таким образом, изучение языка с практической точки зрения — главное требование сегодняшнего дня. При этом свой вклад в повышение языковой компетенции граждан республики вносит система оценки уровня образования КАЗТЕСТ, ставшая составной частью системы образования в стране. Она стимулирует овладение беглой устной речью на казахском языке, что важно, в том числе, с точки зрения проявления уважения к языку и культуре страны, где этот язык является государственным, и служит показателем того, что граждане знают национальный язык, придерживаются национальных социальных норм, демонстрируют личностные ценности, исходя из них.

С 2016 г. по сегодняшний день по системе КАЗТЕСТ протестировано 323849 человек. Если ориентироваться на статистику последних шести лет, то наблюдается увеличение тестируемых в два раза: в 2018 г. — 47647 человек; в 2019 г. — 73732 человека; в 2021 г. тестирование прошло 94579 человек. Из них: государственные служащие — 22684 человека; работники бюджетной сферы — 29458; сотрудники национальных компаний — 849; кандидаты в кадровый резерв государственной административной службы — 73; кандидаты на стипендию «Болашак» — 545 человек; военные специалисты — 12484; работники других отраслей — 26083 человек. Необходимость прохождения теста через систему КАЗТЕСТ увеличивается с каждым годом, увеличивается и количество тестируемых.

В настоящее время в системе КАЗТЕСТ разработано и введено в использование лингвистами-учёными, методистами и экспертами в области тестологии более 100 тестовых заданий. Не следует забывать, что совершенствование общих тестовых заданий, качественное развитие, умение правильно подобрать необходимых специалистов зависят от наличия потребности и спроса на данный язык в обществе [Мухаметкали, 2018].

Если говорить о том, насколько продвижение системы соответствует современным требованиям и запросам, то следует отметить, что в настоящее время в целях обеспечения доступности информации о системе КАЗТЕСТ для изучающих казахский язык работа системы широко пропагандируется в социальных сетях. Официальный сайт kazakhtest.kz работает с 2009 г. На сайте представлена подробная информация об этой системе на трёх языках (казахском, русском и английском).

На сайте размещена электронная версия учебных материалов с тем, чтобы тестируемые могли заранее подготовиться к экзамену. Через сайт каждый изучающий язык может пройти бесплатный онлайн-конкурсный тест, чтобы определить свой уровень знания казахского языка. Разработана программа компьютерного тестирования, благодаря которой изучающий язык, желающий улучшить свои знания казахского языка, может пройти тест в любое время, установив его на свой персональный компьютер.

В целях совершенствования системы разработчики КАЗТЕСТ обменивается опытом с представителями упомянутых выше мировыми системами оценки языковых знаний. Национальный центр тестирования поддерживает сотрудничество с ETS Global, разрабатывающим систему оценки уровня владения английским языком TOEFL и центром ТРКИ (Тест по русскому языку как иностранному) МГУ имени М. Ломоносова [Садуакасова, 2016]. Ежегодно разработчики и специалисты тестовых задач системы КАЗТЕСТ участвуют в различных семинарах и авторских курсах с участием международных экспертов. Такое партнерство, несомненно, вносит позитивный вклад в улучшение внутренней системы [там же]. В дальнейшем развитие и совершенствование КАЗТЕСТ будет планомерно осуществляться в рамках Государственной программы развития и использования языков на 2011–2020 гг.

Таким образом, «Система оценки уровня знания казахского языка — КАЗТЕСТ» и другие тесты по определению уровня владения языком не только могут помочь определить уровень коммуникативных компетенций индивида, но и отражают потребности современного общества в изучении и уважении языков культур своего народа, национальных меньшинств.

Сфера многоязычного образования в Казахстане в основном поднимает вопросы, связанные с реализацией программы трехъязычного образования в государстве. Несмотря на растущий интерес к особенностям реализации политики трехъязычия в сфере многоязычного образования, недостаточно внимания уделяется особенностям взаимодействия и влияния казахского, русского и английского языков, которые определяют особенности лингвистической и этнолингвистической ситуации в Казахстане.

Список литературы

1. Аканова Д. Х., Сулейменова Э. Д., Шаймерденова Н. Ж. Языковая ситуация и опыт языкового планирования в Казахстане // Страны СНГ и Балтии/. М. : Издат. центр «Азбуковник», 2010. С. 300–331.

2. Алтынбекова О. Б. Языковая ситуация в Казахстане: макро- и микросоциолингвистская парадигма: автореф. ... дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук. Алматы, 2006. 41 с.

3. Абдыхаликов А. Т. Система оценки уровня знания казахского языка — КАЗТЕСТ. // Материалы международного научно-методического семинара «Современные методы оценки уровня знания языков народов государств-членов ЕврАзЭС», 25 июня, 2009.

4. Абдыхаликов А. Т. Языковая проблема и пути решения // «Айкын». 2013. № 14.

5. Абдыхаликов А. Т. Оценка владения государственным языком госслужащих // «Время Казахстана». 2013. № 34 (955).

6. Государственные стандарты Республики Казахстан 2005–2015 гг. определяющие требования к преподаванию казахского языка, Национальные стандарты РК, Министерство образования и науки РК «Национальный центр тестирования» РМКК, 2015 г.

7. Закон о языке Республики Казахстан от 11.07.1997 № 151-1 «О языках в Республике Казахстан» (редакция от 10.07.2012).

8. Закон Республики Казахстан «Об образовании» от 27 июля 2007 г. № 319.

9. «Концепция внедрения и развития системы КАЗТЕСТ», Постановление Правительства Республики Казахстан от 11 сентября 2008 г. № 836.

10. Мухаметкали М. ҚАЗТЕСТ тіл білуді қалай бағалап жүр? // «Ана тілі». 2018. № 21 (1435).

11. Оразбаева Ф. Ш., Аяпова Т. Т. Казахский язык// Учебник. Алматы, Писатель, 2007.

12. Садуакасова М. Г. ҚАЗТЕСТ — Республиканский проект // «Айкын». 2016. № 145.

13. Садуакасова М. Г. Методические разработки по владению казахского языка // Республиканский научно-методический журнал. 2018. № 8 (62).

14. Садыкова У., Результаты тестирования и конкурсных зачетов по системе ҚАЗТЕСТ // «Адискер». 2015. № 4 (58). URL: http://kazakhtest.kz/kz/work/publications_kaztect.php?ELEMENT_ID=199818 (дата обращения: 03.03.2024).

References

1. Akanova DKh, Suleimenova ED, Shaimerdenova NZh. Language situation and experience of language planning in Kazakhstan. CIS and Baltic countries. M.: Publishing center “Azbukovnik”, 2010. P. 300–331. (in Russ.).

2. Altynbekova OB. The linguistic situation in Kazakhstan: macro- and microsociolinguistic paradigm: abstract. dis. For the job application. Candidate of Philological Sciences Altynbekova OB. Almaty, 2006. 41 p. (in Russ.).

3. Abdykhalikov AT. System for assessing the level of knowledge of the Kazakh language — KAZTEST, Materials of the international scientific and methodological seminar “Modern methods for assessing the level of knowledge of the languages of the peoples of the EurAsEC member states”, June 25, 2009. (in Russ.).

4. Abdykhalikov AT. Language problem and solutions. *“Aikyn”.* 2013;(14). (in Russ.).

5. Abdykhalikov AT. Assessment of state language proficiency of civil servants. *“Time of Kazakhstan”.* 2013;(34 (955). (in Russ.).

6. State standards of the Republic of Kazakhstan 2005–2015. defining requirements for teaching the Kazakh language, National Standards of the Republic of Kazakhstan, Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan “National Testing Center” RMKK, 2015. (in Russ.).

7. Law on the language of the Republic of Kazakhstan dated July 11, 1997, No. 151-1 “On languages in the Republic of Kazakhstan” (as amended on July 10, 2012). (in Russ.).

8. Law of the Republic of Kazakhstan “On Education” dated July 27, 2007, No. 319. (in Russ.).

9. “Concept for the implementation and development of the KAZTEST system”, Decree of the Government of the Republic of Kazakhstan dated September 11, 2008, No. 836. (in Russ.).

10. Mukhametkali M. KAZTEST tel biludi kalay bagalap zhur? *“Ana tili”.* 2018;(21(1435). (in Kaz.).

11. Orazbaeva FSh, Ayapova TT and others. Kazakh language (Basic, Basic, Intermediate, Upper Intermediate, Advanced, Advanced levels, textbooks), Almaty, Writer, 2007. (in Kaz.).

12. Saduakasova MG. KAZTEST — Republican project. *“Aikyn”.* 2016;(145). (in Russ.).

13. Saduakasova MG. Methodological developments on proficiency in the Kazakh language. *Republican scientific and methodological journal.* 2018;(8(62). (in Russ.).

14. Sadykova U. Results of testing and competitive tests using the KAZTEST system. *“Adisker”.* 2015;(4(58). Available from: http://kazakhtest.kz/kz/work/publications_kaztect.php?ELEMENT_ID=199818 (accessed 03.03.2024). (in Kaz.).

Информация об авторе

А. Ж. Суюнбаева — кандидат филологических наук, доцент.

Information about the author

A. Zh. Suenbaeva — Candidate of Philological Sciences, Associate Professor.

Статья поступила в редакцию 11.06.2024; одобрена после рецензирования 25.08.2024; принята к публикации 24.09.2024

The article was submitted 11.06.2024; approved after reviewing 25.08.2024; accepted for publication 24.09.2024.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.